

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.03.02 – Туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой
Д.А. Понкратова
«17» 06 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

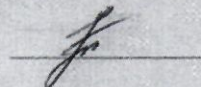
на тему: Событийный туризм в российско-китайских отношениях: возможности и перспективы

Исполнитель
студент группы 634-06



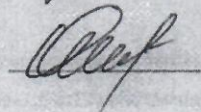
А.Г. Богдан

Руководитель
доцент, к.г.н.



Т.А. Мирошниченко

Нормоконтроль



О.В. Шпак

Благовещенск 2020

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
И.о. зав. кафедрой
Л.А. Понкратова
« 11 » 11 2019 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе студента
Богдан Алексея Геннадьевича

1 Тема бакалаврской работы Событийный туризм в российско-китайских отношениях:
возможности и перспективы

2 Срок сдачи студентом законченной работы 24.06.2020

3 Исходные данные к бакалаврской работе: книги, пособия, электронные ресурсы

4 Содержание бакалаврской работы (перечень подлежащих проработке вопросов):
Теоретические аспекты событийного туризма, современное состояние взаимодействия России
и Китая в сфере туризма, разработка нового туристского продукта «Масленица по-русски» и
его экономическое обоснование

5 Перечень материалов приложения: (в наличие чертежей, таблиц графиков, схем,
программных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.): 6 таблиц, 14 рисунков.
6 Консультанты по бакалаврской работе (с указанием относящихся к ним разделов)

7 Дата выдачи задания 11.11.2019

Руководитель бакалаврской работы Мирошниченко Татьяна Александровна,
доцент, к.г.н.

Задание принял к исполнению (дата): 11.11.2019
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Курсовая работа содержит 61 с., 6 таблиц, 14 рисунков, 35 источников, 3 приложения.

ТУРИЗМ, СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ, СОБЫТИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ, СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ, СОБЫТИЙНЫЙ КАЛЕНДАРЬ

Тема данной работы является достаточно актуальной, так как в настоящее время туризм является одним из важных направлений как мировой, так и национальной экономики и способствует развитию межгосударственных отношений.

Объект исследования – событийный российско-китайский туризм.

Предмет исследования – проблемы и перспективы событийного туризма российско-китайских отношений.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты событийного туризма	7
1.1 Понятие и особенности событийного туризма	7
1.2 Виды и классификация событийного туризма	13
1.3 Событийный календарь в мире	19
2 Современное состояние взаимодействия России и Китая в сфере туризма	23
2.1 Анализ туристских поездок во взаимодействии России и Китая в сфере туризма	23
2.2 Событийный календарь в России и Китае	31
2.3 Исследование спроса и предложений на событийные туры в туристических российско-китайских отношениях	39
3 Разработка нового туристского продукта «Масленицапо-русски» и его экономическое обоснование	51
3.1 Проектирование туристского продукта и разработка программы тура	51
3.2 Экономическое обоснование нового туристского продукта	52
Заключение	58
Библиографический список	61
Приложение А Анкета	64
Приложение Б Схема туристического маршрута	70
Приложение В Информационный листок к путевке туристского путешествия по маршруту «Масленица по-русски»	71
Приложение Г Технологическая карта туристского путешествия	72

ВВЕДЕНИЕ

Туризм является одним из наиболее важных, высокодоходных секторов экономики в государстве и характеризуется высокими темпами роста. Данные Всемирной туристской организации показывают, что на международный туризм приходится 35% международного рынка услуг, 10% мирового валового национального продукта и каждая десятая работа.

Специфика туризма заключается в том, что он также влияет на такие секторы экономики, как связь, торговля, транспорт, торговля, строительство и гостиничный сектор. Из-за высокого влияния процессов глобализации на международной арене, а также развития отношений между Россией и Китаем происходит перераспределение международных туристических потоков.

Для Российской Федерации как принимающей страны большое значение имеет появление новых рынков выездного туризма с целью привлечения потока туристов. Китайская Народная Республика в настоящее время является одним из таких рынков. За последние 25 лет он достиг впечатляющих результатов в сфере выездного туризма. Высокая мобильность населения Китая представляет огромные возможности для России в плане развития туристического рынка. Всемирная туристская организация прогнозирует, что к 2021 году поток туристов из КНР достигнет более 100 миллионов человек.

Тема данной работы является достаточно актуальной, так как в настоящее время туризм является одним из важных направлений как мировой, так и национальной экономики и способствует развитию межгосударственных отношений.

Интерес туристов из Китая к посещению Российской Федерации растет с каждым годом. Одной из причин увеличения потока туристов из Китая стала девальвация рубля в последние годы, что сделало поездки в Россию более прибыльными.

Поскольку было введено множество программ, чтобы упростить въезд в Россию и привлечь больше туристических потоков из Китая, Россия: для

туристов из Китая были созданы новые маршруты, особенно «красный маршрут». Рост туризм открывает свои представительства в Китае. С целью маркетинга российского туристического продукта Visit Russia открыла офисы за рубежом, в том числе в Китае. Этот шаг косвенно также способствовал внешней торговле России.

Объект исследования – событийный российско-китайский туризм.

Предмет исследования – проблемы и перспективы событийного туризма российско-китайских отношений.

Исходя из вышесказанного, ставим цель работы: изучить событийный туризм в российско-китайских отношениях, а конкретно его проблемы и перспективы.

Для достижения цели, ставим следующие задачи:

- изучить понятие и особенности событийного туризма;
- рассмотреть виды и классификацию событийного туризма;
- узнать о событийном календаре в мире;
- проанализировать туристские поездки во взаимодействии России и Китая в сфере туризма;
- провести исследование спроса и предложений на событийные туры в туристских российско-китайских отношениях;
- спроектировать туристский продукт и разработать программу тура;
- дать экономическое обоснование нового туристского продукта.

Гипотеза исследования: разработанный туристский продукт, реализованный для китайских туристов в г. Владивостоке будет рентабелен, если с организацией этого тура турфирмы смогут получать дополнительную прибыль и использовать ее для организации новых туристических маршрутов.

Методы исследования: анализ литературы, тестирование, методы математической статистики.

База исследования: база отдыха «Бархатная», Россия, Приморский край, Шкотовский район, д. Лукьяновка, ул. Заречная, 12А.

Выборка исследования: группа туристов из Китая в возрасте от 10 до 60 лет в количестве 16 человек.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

1.1 Понятие, сущность и особенности событийного туризма

Туризм – это путешествие за пределы постоянного места жительства с целью, отличной от приобретения и смены постоянного места жительства и удовлетворения социальных потребностей (досуг, бизнес, политика, образование и т.д.) в связи с необходимостью встретить массы людей в переместить пространство¹.

Событийный туризм стал серьезной областью научных исследований сравнительно недавно. Несмотря на то, что этот вид рекреационной деятельности существовал с древних времен, в послевоенные годы он превратился в особую индустрию индустрии туризма и начал набирать популярность в 70-х годах. Именно в этот момент проявились возможности различных событий для развития экономики, общества, культуры, международных отношений и даже экологии.

Таблица 1 – Особенности организации событийного туризма

Размещение	Питание	Транспорт
1	2	3
- наличие развитой сети средств размещения; - предоставление различных услуг размещения; - ценовые категории; - наличие жилья в нескольких минутах ходьбы или короткой поездки в это место.	- наличие сети предприятий быстрого питания; - наличие объектов питания, предлагающих блюда местной кухни.	- наличие развитой транспортной сети; - возможность организации ночных переездов в место проведения мероприятия; - доступность услуг по аренде автомобилей до места проведения мероприятия.
Информационно-техническое обеспечение	Кадровое обеспечение	Организационно-управленческое обеспечение
- наличие необходимых технических средств для организации мероприятия; - разработка приложений для мобильных устройств, информирующих о событии; - наличие событийного календаря; - наличие интернет-сайта, содержащего информацию о	- наличие экскурсоводов, гидов-переводчиков; - наличие высококвалифицированных кадров сферы обслуживания.	- возможность организации дополнительного вида отдыха или экскурсионной программы в месте проведения мероприятия; - наличие достаточного количества входных билетов на выбранное мероприятие различных категорий; - равномерное заполнение

¹ Бессараб Д.А. География международного туризма. М., 2018. С. 59.

Продолжение таблицы 1

1	2	3
мероприятии.		мероприятиями календарного года; - обеспечение бесперебойной работы коммунальных служб во время мероприятия; - организация мероприятия, отражающего интересы различных целевых групп; - организация сувенирных магазинов на месте проведения мероприятия.

В последние десятилетия событийный туризм становится все более популярным. Хотя многие туристы и путешественники могут даже не подозревать о его существовании. Рынок туризма проявляет растущий интерес к мероприятиям и праздничным мероприятиям. Это связано с тем, что эмоции, получаемые при участии в мероприятии, либо фестивале, гораздо глубже и богаче, чем эмоции, возникающие при обычном пляжном отдыхе, даже с насыщенной экскурсионной программой.

Мероприятия, привлекающие туристов, также могут относиться к бизнесу, образованию и т.д., но чаще всего это спортивные и культурные мероприятия. Как уже упоминалось ранее, основная цель событийного туризма – удовлетворить потребность в посещении конкретной компании.

Формирование сферы событийный туризм является частью общей туристической стратегии региона. События могут стать катализатором для самого туристического сектора, развития социальных движений и формирования позитивного имиджа и инвестиционной привлекательности территории (как страны, так и отдельного региона).

При создании индустрии туризма (включая мероприятия) следует иметь в виду, что туризм является экономической категорией, поскольку он напрямую связан с продажей услуг, сбором доходов и созданием рабочих мест. Кроме того, туризм является серьезным элементом экспорта, он влияет на социально-экономическое положение регионов и имеет большое значение для таких

секторов, как связь, транспорт, строительство и производство товаров народного потребления².

Таким образом, в функции развитой индустрии туризма входят:

- обогащение социально-экономической инфраструктуры и межрегионального сотрудничества;
- увеличение занятости населения и, как следствие, улучшение уровня жизни населения;
- организация людей, проводящих свободное время, возможность более рационального использования свободного времени;
- помощь человеку в восстановлении сил и инвалидности;
- повышение культурного, спортивного и образовательного уровня населения;
- распространение культурных ценностей.

Можно сказать, что важность событийного туризма заключается не только в привлечении дополнительного потока туристов, но и в гораздо более широком смысле.

Организационная сфера событийного туризма включает в себя несколько блоков: функции, выполняемые во время мероприятия; обеспечение занятости во время мероприятия и группы участников, которые организовали мероприятие(рисунок 1).

Этот вид туризма идеально подходит для увлеченных и мобильных людей, у которых, как правило, нет дополнительного свободного времени. В большинстве случаев это возможность для путешественников принять участие в фестивалях, карнавалах, концертах и спортивных мероприятиях разных стран и организовать поездку на минимальном уровне, поскольку пункт назначения посвящен конкретному событию в дополнение ко всей инфраструктуре. Требуются уже созданные организаторами.

Данная отрасль туризм включает в себя следующие компоненты:

² Косолапов А.Б. География российского внутреннего туризма. М., 2019. С.62.

- событие (событие) как основа;
- инфраструктура;
- реклама и продвижение;
- туристический информационный центр;
- достопримечательности;
- сопутствующие развлечения и доступность, которые, в свою очередь находятся в постоянном взаимодействии с факторами внешней среды.

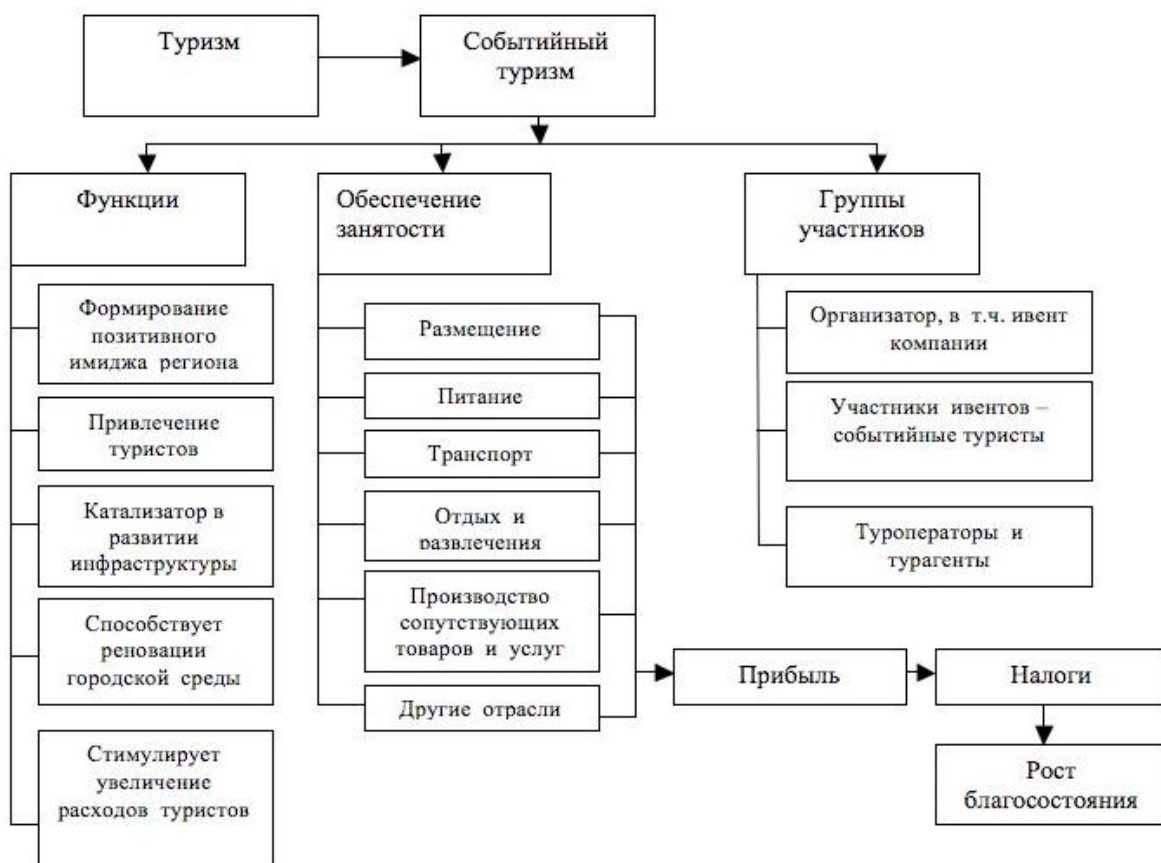


Рисунок 1 –Организационная система сферы событийного туризма

Наиболее важным мотивирующим фактором является именно событие, поскольку оно определяет маркетинговые планы и работу всех других компонентов событийного туризма.

«Событие» (от англ. Event)– это запланированное социальное событие, которое происходит в определенное время и для определенной цели и имеет определенный резонанс для общества.

Событие может быть отдельным явлением или наблюдаться

периодически: ежегодно или в определенные периоды (один раз в несколько лет). Индустрия туризма активно использует различные мероприятия, чтобы сформулировать предложения для туристов и привлечь поток туристов на мероприятие.

Обычно, ключевым моментом при создании этого предложения является предварительное планирование и информация, поскольку у участников тура могут быть повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу – отелям, транспорту (удобство доставки на мероприятие), предприятиям общественного питания и особенно услуги переводчиков.

Если в жизни туристического объекта нет события, сложившегося исторически как традиции, его придумывают специально. Следовательно, в данном случае ключевым моментом будет проведение PR-кампании по продвижению туристского продукта, ориентированного на событие, привлечение массы посетителей, не только желающих посетить местность с целью осмотра достопримечательностей, но и с целью поучаствовать в праздновании вместе с местными жителями. Особенностью событийного туризма является то, что он ежегодно обновляется новыми событиями и событиями, начиная от «случайных» до обычных. И в этом уникальность этого вида туризма: его содержание неисчерпаемо.

Сфера событийного туризма быстро растет и привлекает не только государственные и частные инициативы, но также экспертов, которые формируют туристическую стратегию региона, основанную на событиях. События могут принимать разные формы и содержание. Некоторые из них представляют социальные, деловые, массовые или политические события, другие – для развлечения, веселья и соревнований. Классификация событий очень обширна и включает в себя множество подходов. По этой причине цели разных мероприятий кардинально различны³.

На рисунке 2 представлена классификация событий в зависимости от их формы.

³ Косолапов А.Б. География российского внутреннего туризма. М., 2019. С. 89.

Культурные торжества: – фестивали; – карнавалы; – памятные церемонии; – религиозные праздники	Политические и государственные: – саммиты; – политические события; – визиты VIP -персон	Бизнес и торговля: – встречи, совещания; – ярмарки, выставки
Искусство и развлечения: – концерты; – церемонии	Образовательные и научные: – конференции; – семинары; – практические занятия	Спортивные соревнования: – среди профессионалов и любителей; – для зрителей и участников
Развлекательные: спорт и игры для развлечения	Частные ивенты: – свадьбы; – вечеринки; – встречи	

Рисунок 2 – Типология ивентов

Организация мероприятий – это искусство, со своими особенностями и конкретным жанром. И каждый тип мероприятия имеет своих специалистов, потому что сами события (спорт, фестиваль современного искусства, музыкальный фестиваль и т.д.) относятся к совершенно разным отраслям.

Ивент-индустрия делится на множество секторов, как по характеру события, так и по конечным целям мероприятия. Целую сферу представляет собой событийный маркетинг (event marketing), который включает в себя комплекс мероприятий, направленных на продвижение определенной торговой марки с помощью ярких и запоминающихся событий или события.

На основе вышеприведенных данных можно выделить основные черты, характеризующие событийный туризм и отличающие его от иных видов туризма:

- в основе событийного туризма обязательно лежит какое-либо мероприятие (участие в нем или его посещение в качестве зрителя);
- туры имеют различную тематику и направленность, чаще всего это: познавательный, развлекательный, спортивный и хобби-туризм;
- туры чаще всего планируются заранее, так как дата больших событий известна за несколько месяцев до их проведения.

Таким образом, событийный туризм является перспективной отраслью с постоянно увеличивающимся числом событий и их участников.

1.2 Виды и классификация событийного туризма

Всего событийный туризм можно разделить на несколько категорий,

которые подбираются в соответствии с масштабом мероприятия. Исходя из этого бывают национальные и международные события. В событийном туризме несколько областей, которые также можно разделить: кинофестивали, театральные представления, карнавалы, рынки, показы мод, фольклорные фестивали, цветочные фестивали, кулинарные фестивали, спортивные мероприятия, музыкальные фестивали, религиозные фестивали и т.д.⁴

На сегодняшний день мы можем утверждать, что событийный туризм отличается от других видов туризма. Стоит также отметить, что за короткое время этот вид туризма приобрел беспрецедентную популярность и реальный интерес, и это, наряду со своей спецификой, позволяет говорить об огромном количестве туристов.

Учитывая роль туризма в экономике, можно говорить о его важности, а для некоторых регионов доминирующая роль обеспечивает стабильные инвестиции в экономику страны, региона, города, это в основном связано с удовлетворением потребностей людей и улучшением качества жизни населения.

Ввиду того, что у Российской Федерации богатый и разнообразный туристический потенциал, ее место в мировом туристическом секторе удручает. Это в основном связано с тем, что до недавнего времени туризм получил вторую роль, несмотря на положительный опыт других стран. Это привело к некоторой диспропорции в туризме и одностороннему вниманию к выездному туризму, что фактически привело к утечке туристских денег и снижению доходов от въездного туризма. Кроме того, неразвитость юбилейной отрасли также не позволяет увеличить доходы от туризма.

Как говорил писатель А.Ю.Антонов: «Событийный туризм – это серия событий и мероприятий культурного, спортивного, этнографического и выставочного характера. Однако сюда могут быть включены не все события, а только те, которые приносят какие-либо материальные выгоды и, следовательно, могут рассматриваться как часть ресурса этого места».

⁴ Кужель Ю.Л. Страноведение: ОАЭ, Япония, Китай. М., 2014. С. 62.

По его словам, событийный туризм молод, а значит, дает широкое поле для реализации, позволяет выделять еще незанятые ниши в этой области. Туристы, выбравшие событийный туризм во главу поездки приурочивают определенное событие.

Эта ситуация объясняет растущую популярность событийного туризма, поскольку сочетание традиционного отдыха и участия в различных зрелищных мероприятиях создает уникальный туристический тандем. Это позволяет сказать, что главная задача событийного туризма – совместить атмосферу отдыха с индивидуальными условиями отдыха, чтобы оставить неизгладимое впечатление. Событийный туризм теперь можно рассматривать как одно из самых перспективных и быстро развивающихся туристических направлений.

При всех радужных развитиях событийного туризма, стоит отметить, что Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации не классифицирует и не выделяет это направление; а на сайте Российского союза туриндустрии дается довольно абстрактное и расплывчатое определение: «... посещение ярких и зачастую уникальных событий в культурной, спортивной или деловой жизни в региональном или глобальном масштабе является основой событийного туризма. Есть так много причин, чтобы организовать экскурсии».

Анализ литературных источников позволяет нам сформулировать следующее определение: «Для события необходимо понимать многие явления, которые отличаются своей неопределенностью, значением для человечества в целом или для данного общества, для людей или небольших групп. Это событие может принимать форму отдельного события, периодически повторяться или наблюдаться ежегодно или в определенное время».

Исходя из этого, можно четко указать, что в туристической деятельности большинство туристических продуктов предназначено для конкретных мероприятий, что делает продукт уникальным и привлекательным для туристов. Это приводит нас к планированию в качестве основного аспекта при создании этих туров.

Кроме того, выше было сказано об экономической составляющей событийного туристического события, поскольку во время геологоразведочных работ спрос на все объекты в сфере туризма увеличивается, что приводит к превышению потребительского спроса. Эта ситуация благоприятно сказывается на развитии местных культурных традиций, обычаев и возрождении народного творчества.

Событийный туризм можно разделить на разные направления, которые показаны ниже.

В масштабе:

- мероприятия на международном уровне;
- мероприятия на национальном уровне;
- мероприятия на региональном уровне;

Через функциональную направленность:

- а) конгресс;
- б) фестиваль;
- в) виды спорта;
- г) международная выставка-ярмарка;
- д) развлекательный;
- е) информативный.

Также в событийном туризме стоит выделить и тематические виды:

- 1) национальные фестивали и праздники;
- 2) театрализованные шоу;
- 3) фестивали кино и театра;
- 4) гастрономические фестивали;
- 5) фестивали и выставки цветов;
- 6) модные показы;
- 7) аукционы;
- 8) фестивали музыки и музыкальные конкурсы;
- 9) спортивные события;
- 10) международные технические салоны.

Также представим классификацию в виде схемы (рисунок 3).



Рисунок 3 – Классификация событийного туризма

Именно поэтому событийный туризм – это уникальная возможность стать одним из очевидцев незабываемого события в спорте, культуре и искусстве. Такие события запоминаются как один из самых ярких моментов в жизни.

В таблице 2 приведены события, применяемые в туристских продуктах.

Таблица 2–Виды событийного туризма

Событие	Пример
Национальные события	Национальные праздники, чемпионаты и конкурсы, карнавалы, дни продаж, парады, балы, шоу, ярмарки, дни рождения знаменитостей, маскарады, музыкальные конкурсы и фестивали.
Спортивные мероприятия	Футбольные матчи, мировой теннис, ралли, бокс, хоккей, фигурное катание, скачки, регаты, гольф, крикет, спортивные танцы, лыжные соревнования, регби, поло.
Выставки	Крупнейшие выставки в различных областях: транспорт, бизнес, реклама, информационные технологии, культура, промышленность, медицина, строительство.
Концерты	Выступления мировых звезд, джазовые концерты, знаменитые теноры мира, музыкальные конкурсы и фестивали.

Подробно остановимся и рассмотрим такой вид событийного туризма, как фестиваль.

Согласно определению фестиваль (от французского festival – празднество) – это многочисленный праздник, показ достижений профессионального и самодеятельного художественного творчества.

Отличительной особенностью фестиваля являются конкретные календарные даты и установленные пространственные рамки, а именно страна, регион, город, театр или концертный зал. Стоит отметить наличие особой аудитории, ориентированной на художественную концепцию фестиваля.

Первые фестивали были музыкальными и возникли в Англии. Год от года популярность фестивалей возрастала, и теперь мы можем говорить о целом секторе фестивальной деятельности с широким спектром направлений.

Анализ литературы в области искусства не выявил подробного определения фестиваля как организационно-художественной формы. Единственное определение этого термина можно найти в словаре русского языка С.И. Ожегова: «Фестиваль – это широкое публичное, праздничное собрание, сопровождаемое обзором исполнения определенных видов искусства». Конечно, это определение указывает на то, что фестиваль следует понимать, прежде всего, как общественно-политическую деятельность, а не художественные характеристики культурной политики советской эпохи.

В настоящее время очень условной является классификация фестивалей по видам, это вызвано тем, что сегодняшний фестиваль имеет смешанный характер из-за многообразия событий, составляющих его.

Рассмотрим общую классификацию фестивалей.

В зависимости от времени и места проведения⁵:

- сезонные;
- закрытые, проводимые на закрытых площадках, в камерной обстановке;
- открытые, проводимые «под открытым небом», на открытых площадках, на фоне ландшафтных пейзажей.

В зависимости от масштабности проведения:

- а) городские;
- б) региональные;
- в) областные;
- г) всероссийские;
- д) международные;
- е) этнические;
- ж) межкультурные.

Следует обратить внимание на тот факт, что организация фестиваля

⁵ Кужель Ю.Л. Страноведение: ОАЭ, Япония, Китай. М., 2014. С. 76.

требует масштаба и массы, а это значит, что пресса не без внимания, что часто позволяет фестивалю проходить как кампания отношений эффективная аудитория. Кроме того, бесспорно, что фестиваль оказывает положительное влияние на культурную, социальную и экономическую жизнь региона, в котором оно имеет место. Поэтому муниципалитеты и региональные администрации оказывают полную помощь в организации фестивальных мероприятий, так как они имеют возможность получать дополнительный доход от своей деятельности.

Участие в фестивале приносит обоюдную выгоду, как участникам, так и зрителям:

– участники фестиваля могут представить свои идеи, поделиться достижениями в различных сферах деятельности, получить представление об идеях других участников, завести полезные знакомства по своему направлению, а также услышать мнение о своей работе, получить признание в профессиональной сфере;

– для зрителей фестиваля – это возможность стать очевидцем незабываемого события, получить впечатления, познать новое, встретиться и пообщаться с интересными людьми.

Представим классификацию в виде таблицы (таблица 2).

Все это позволяет нам делать одинаковые отметки между фестивалями и фестивалями, и это придает им массовый характер и популярность. Уже отмечалось, что фестивали используются в качестве замаскированных пиар-кампаний, которые в то же время очень эффективны и обеспечивают завидную регулярность.

Организация фестиваля может иметь яркую тематическую природу (например, пивной день) или быть запланированной на определенный праздник. В любом случае это будет освещаться средствами массовой информации, что окажет благотворное влияние на привлечение потенциальных зрителей.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что событийный туризм в настоящее

время является относительно молодым и перспективным направлением в развитии индустрии туризма. Уникальность и привлекательность мероприятия в сочетании с традиционным отдыхом и участием в самых зрелищных мероприятиях в мире, что делает его довольно популярным.

Основной отличительной чертой событийного туризма является множество особых и ярких моментов. Такие поездки запоминаются как один из самых ярких моментов в жизни. Фестиваль является одной из разновидностей событийного туризма, что позволяет сочетать масштаб мероприятия с эффективностью пиар-кампаний. Благодаря этому фестивали вносят значительный вклад в социальную и экономическую жизнь региона, в котором они проходят.

1.3 Событийный календарь в мире

Событийный календарь мира – это совокупность праздников всех народов мира, их традиций и особенностей.

На сегодняшний день, самые популярные мероприятия это:

- поездки на карнавалы;
- музыкальные фестивали;
- национальные праздники;
- спортивные мероприятия;
- показы мод;

Самыми наиболее яркими примерами масштабных мероприятий являются мероприятия на мировом уровне:

а) Каннский кинофестиваль. В 2017 году доход его фирмы составил около 250 миллионов евро. Он нанял 3200 человек; это составляет 10% годовой загрузки всех отелей в регионе;

б) Октоберфест фестиваль пива в Мюнхене. Около 6 миллионов посетителей посещают Октоберфест ежегодно. Фестиваль обслуживает 12 000 человек. В последние годы праздничный оборот составляет около 500 миллионов евро в год;

в) Бразильский карнавал в Рио-де-Жанейро. За прошедшие годы

национальный праздник стал событием общегосударственного значения и средством пополнения сокровищ. Например, в 2018 году только в Рио-де-Жанейро туристы оставили 170 миллионов долларов США;

г) Карнавал в Венеции. Этот карнавал славится участием больших кукол-близнецов, которые подражают знаменитым людям. Более 500 000 туристов со всего мира приезжают на Венецианский карнавал каждый год. Важнейшие спортивные события: Олимпия, университеты, гонки Формулы-1, чемпионаты мира по популярным видам спорта (футбол, хоккей, легкая атлетика, плавание), теннис и другие мероприятия.

Крупные технические выставки и салоны: Экспо, автосалоны.

Различные национальные фестивали и праздники, театральные представления, концерты классических звезд, рок и поп-музыка, международные показы мод, крупные кулинарные фестивали, цветочные фестивали и т.д. также широко известны. Все эти и многие другие события собираются тысячами, а некоторые – миллионами участников.

Туристические мероприятия имеют большое экономическое значение. В свое время активизируется деятельность всех объектов туристической индустрии. Потребительский спрос значительно превышает предложение, что увеличивает цены на туристический транспорт и гостиничные номера.

Так, стандартный номер в отеле Berlin Hilton обычно предлагается клиентам по ставкам около 150 евро в день, но во время чемпионата мира в Германии он стоит 400 и более евро в день. Статистика говорит, что каждый участник Кельнского карнавала тратит в среднем 160 евро в день на билеты, еду, напитки и сувениры. Покупка карнавальных костюмов осуществляется отдельно. Ежегодно Кельнский карнавал приносит экономике Германии около 250 миллионов евро.

Событийный туризм развился в европейских странах и Соединенных Штатах и предлагает потребителям широкий спектр мероприятий, которые заслуживают внимания. В этих странах в этой области формируются тенденции, которые затем адаптируются к национальным особенностям других стран. Развитие событийного туризма в европейских странах и США основано

на том факте, что они организованы на самом высоком уровне и используют передовые развлекательные технологии, живые ландшафты, высококачественный звук и свет.

Огромное внимание уделяется безопасности мероприятия, быстрому доступу зрителей к событиям, минимизации очередей на входе и в учреждениях, которые предоставляют услуги в этом районе. Все это делает пребывание туристов на мероприятии комфортным и безопасным. В-третьих, запланированные мероприятия. В-четвертых, с увеличением количества свободного времени при ухудшении общей экономической ситуации в рекреационном поведении населения выявляются две основные тенденции: фрагментация периода отпуска и рост коротких поездок.

Что касается России, то можно отметить самые известные события, помимо Олимпийских игр в Сочи 2018 года и чемпионата мира по футболу 2018 года в Москве, Формулы-1, Московского международного кинофестиваля «Кинотавр», аэрокосмического шоу «Макс». Брод-Масленица на фестивале в Москве. Музыкальный конкурс имени П.И.Чайковского, фестиваль «Белые ночи Санкт-Петербурга» и некоторые другие. Остальные, довольно многочисленные события известны только россиянам и до сих пор не имели международного резонанса.

Комплексный подход к организации мероприятий, состоящий из нескольких блоков, начал внедряться в нашей стране только в последние годы. Поскольку создание и продвижение новых глобальных событий требует крупных финансовых вложений, обширных маркетинговых исследований, тщательного управления, создания долгосрочного интереса среди потенциальных посетителей с помощью PR-кампаний, достаточного количества специалистов, то есть пока рано говорить о значительном увеличении роли событийного туризма в ближайшее время и во всей стране, которой не хватает России.

В 2019 году начал работу национальный маркетинговый центр по туризму «Visit Russia», «Время отдыхать в России». Под эгидой центра начала

создаваться сеть национальных туристских офисов Visit Russia, занимающихся продвижением страны как привлекательного направления для путешествий и деловых поездок. Началась модернизация российской туристической отрасли.

Сегодня очень остро стоит проблема развития внутреннего и въездного туризма. Особое внимание следует уделить продвижению туристического продукта на внутреннем и внешнем рынках. События являются важнейшим фактором, который заставляет туристов посещать различные регионы России. Несмотря на проблемы, трудности и пути развития туризма в России, он связан с событийным туризмом, поскольку наша страна многонациональна и многонациональна.

Таким образом, главной отличительной чертой характеристикой развития сегодняшнего событийного туризма является необходимость создания индивидуального туристического продукта, который соответствует постоянно меняющейся сложности потребностей туристов и может быть гибко и быстро реализован с учетом влияния политических, экономических и других факторов мирового развития.

2 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РОССИИ И КИТАЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2.1 Анализ туристских поездок во взаимодействии России и Китая в сфере туризма

Туризм является одним из наиболее важных и высокодоходных секторов экономики в каждой стране и характеризуется высокими темпами роста. Данные Всемирной туристической организации показывают, что на международный туризм приходится 35% международного рынка услуг, 10% мирового валового национального продукта и каждая десятая работа.

Специфика туризма заключается в том, что он также влияет на такие сектора экономики, как связь, торговля, транспорт, торговля, строительство и гостиницы. Ввиду высокого влияния процессов глобализации на международной арене, а также развития отношений между Россией и Китаем происходит перераспределение международных туристических потоков.

Для Российской Федерации в качестве принимающей страны большое значение имеет появление новых рынков выездного туризма для привлечения туристических потоков. Китайская Народная Республика в настоящее время является одним из таких рынков. За последние 25 лет он достиг впечатляющих результатов в сфере выездного туризма. Высокая мобильность населения Китая открывает огромные возможности для России в плане развития туристического рынка⁶.

В настоящее время сотрудничество в сфере туризма является одним из перспективных направлений для обеих стран.

Важным шагом стало подписание 3 ноября 1993 года соглашения между правительством Российской Федерации и правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области туризма и Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской

⁶Перспективы формирования туристского пространства России и Китая: российско-китайский научный альманах / под науч. ред. И.В. Зорина, Янь Вей Ву. М., 2016. С. 45.

Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках от 29 февраля 2000 г.

В начале 1990-х годов Китайская Народная Республика в основном установила двусторонние отношения с приграничными регионами России, при этом наибольшее внимание уделялось Дальнему Востоку и Восточной Сибири.

С середины 1990-х годов было открыто несколько пунктов пересечения границы для туристических обменов: Полтавка – Донгнин, Фронтейра – Суйфэньхэ, Краскино – Хуньчунь, Турий Рог – Мишань. Разработаны регулярные авиалинии: Владивосток–Харбин, Владивосток–Шанхай, посадка в Даляне, Владивосток–Далянь и др.

С 2009 года выездной туризм признан полноценной туристической деятельностью, которая не регулирует географию путешествий и состав участников экскурсий, что привело к быстрому росту туристической мобильности в Китае.

Туры в РФ пользуются повышенным спросом у жителей КНР. По этому показателю Китай опередил Германию, которая долгое время держала руку на руке по количеству туристов, въехавших в Россию.

В 2019 году иностранцы совершили 5 061 696 визитов в Россию, указав целью своей поездки туризм (+ 20,5% к соответствующим показателям 2018 года). Таким образом, по итогам 2019 г. Россию посетило почти на одну пятую больше иностранных туристов, чем в 2018 году. Наибольшее количество туристов, по данным ФСБ, приехало из Китая – 1,5 млн. Турпоток из Китая вырос почти на 19%.

По данным Пограничной службы России, больше всего туристов из Китая, приезжающих к нам в рамках соглашения о безвизовых туристических поездках, манит Москва – её за 6 месяцев 2019 посетило более 37 тысяч туристов из КНР, что составило 50% въездного «безвизового» турпотока. Неудивительно, ведь именно в столице сосредоточены все возможности для отдыха и уже функционируют China Friendly отели, персонал которых говорит по-китайски, а завтрак подают в соответствии с традициями как в Поднебесной. Близкие к КНР Приморский край (более 15 тысяч –19,9%) и Амурская область

(более 10 тысяч – 13,6%) взяли «серебро» и «бронзу» топ-10 самых посещаемых регионов России в виду активного развития приграничного туризма.

2018 год ознаменовался рекордным количеством посещений китайскими туристами. Первая половина 2018 года была отмечена увеличением туристического потока из Китая на 36% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, в некоторых регионах число китайских гостей сразу увеличилось на 200%. По данным ТАСС, количество китайских туристов в России в 2018 году достигло 1,2 миллиона. Руководитель Федерального агентства по туризму Олег Сафронов отметил, что в настоящее время Китай является одним из самых быстрорастущих туристических рынков в мире.

В 2017 году китайские туристы открыли все регионы России, в основном на Дальнем Востоке. В первом полугодии 2017 года 33,2 тысячи китайских туристов посетили Амурскую область, что на 67% больше, чем в 2016 году, в Новосибирской области – 9,3 тысячи китайских туристов, или на 41% больше, чем в 2016 году в Иркутской области – 8,5 тыс. посетителей из Китая, прирост на 15%, в Забайкалье – почти 7 тыс. туристов из Китая, прирост на 29%, в Хабаровском крае – 4,6 тыс. туристов Китайский увеличение на 38%⁷.

Ниже представлен рейтинг самых посещаемых российских регионов китайскими туристами (рисунок 4)⁸.

⁷ Туризм и туристические фирмы по данным Росстат [Электронный ресурс] // Rosinfostat.ru: офиц. сайт. – 02.05.2019. – Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/turizm/#i-5>. – 15.05.2020.

⁸Туристическая ассоциация «Мир без границ» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 10.11.2019. – Режим доступа: <http://www.visit-russia.ru/our-projects/programma-china-friendly>. – 10.05.2020.

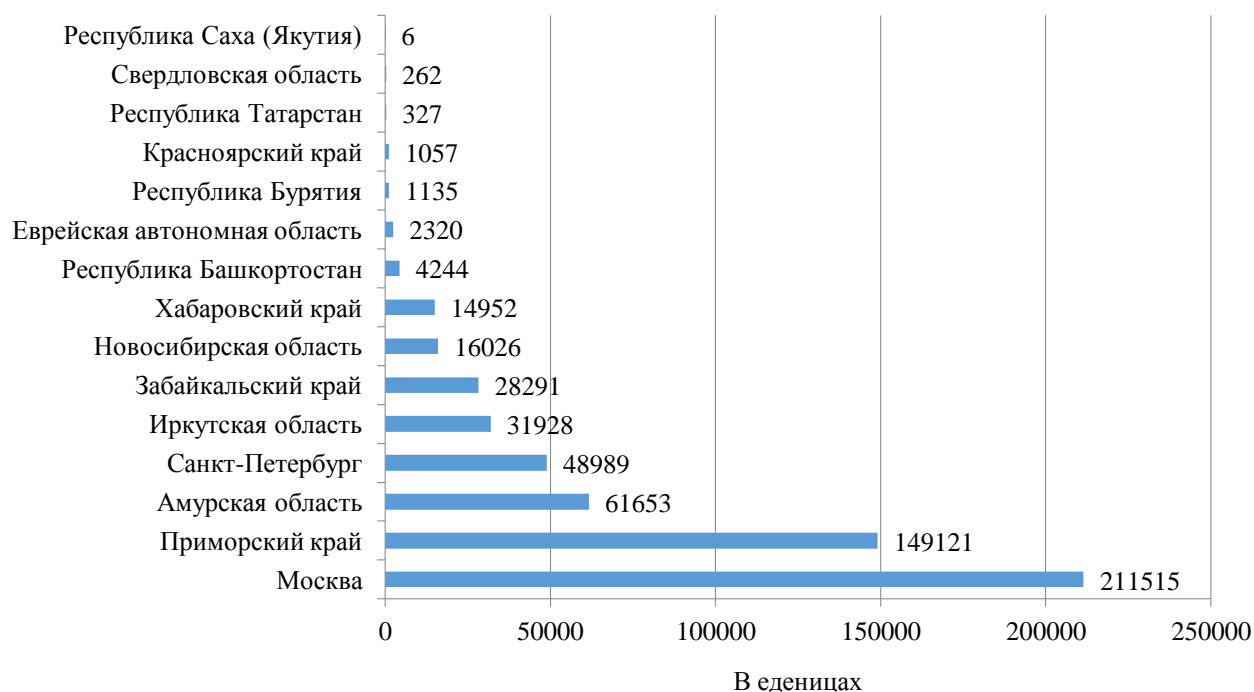


Рисунок 4 –Рейтинг российских регионов, посещаемых китайскими туристами, по количеству поездок за 2018 г., ед.

К 2019 году между провинцией Хэйлунцзян и Дальним Востоком организовано 32 туристических маршрута, а Владивосток занимает второе место среди российских городов по количеству прибывших китайских туристов, уступая лишь Москве. Этому способствовало введение электронной визы, которая значительно облегчила поездки китайских граждан в Приморский край.

В последние годы интерес к приграничным районам между китайским населением возрос, и поэтому поток туристов увеличивается.

Кроме того, территория Приморья сегодня имеет стратегическое значение как для России, так и для стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Ведется активная работа по обеспечению конкурентоспособности региона⁹.

Несмотря на положительную динамику посещений Китая российскими туристами, доля Российской Федерации в общем турпотоке Китайской Народной Республики, по данным ассоциации туроператоров, составляет всего 1%, что, с одной стороны, указывает на высокий показатель и пока не

⁹Развитие сотрудничества приграничных регионов России и Китая: матер. Междунар. науч.-практич. конф. (Маньчжурия, 24-25 сентября 2013 года) / редкол.: М.А. Винокуров [и др.]. Иркутск, 2017. С. 39.

востребованный, но с другой стороны требуется огромное количество разнообразных рабочих мест для привлечения китайских туристов в нашу страну.

Конкуренция в этой нише достаточно высока. Многие страны мира уже активно работают в этом направлении. Согласно исследованиям, Австралия, Новая Зеландия, Сингапур, Финляндия и другие страны проводят широкомасштабные маркетинговые мероприятия, направленные на привлечение китайских туристов в их страны¹⁰.

Краткий экскурс в историю развития России и Китая показал, что у наших стран много общего, что отражается на развитии туризма. Политический режим, который преобладал в 20 веке. В обеих странах это привело к изоляции от остального мира, поэтому открытие «железного занавеса» дало мощный импульс развитию туризма. В России это произошло в конце 1989 года, а в Китае в 1997 году¹¹.

В рамках привлечения китайских туристов и расширения рынка въездного туризма российская сторона запустила важный проект, который не интересует китайцев, – «Красный маршрут». Сегодня в контексте ностальгии по социалистическому прошлому китайские туристы все больше интересуются местами революционной славы в СССР, тем самым продвигая «красный туризм» за пределами государства.

Развитию Китая как одного из мировых лидеров в области въездного туризма во многом способствует открытие курса, а также политические и экономические реформы, проводимые в стране.

Благодаря разумной государственной политике китайская туристическая индустрия быстро заняла лидирующие позиции, являясь одной из точек роста национальной экономики.

В соответствии с планом развития туризма до 2020 г. его доля в ВВП должна достигнуть 5%. По прогнозу Всемирной туристской организации, в

¹⁰Чэн Бин Становление, современное состояние и перспективы развития международного туризма в Китае и России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Науки о Земле. 2016. № 1. С. 106.

¹¹Сонг Куи Ретроспектива и перспективы китайско-российского туристического сотрудничества// Сибирское исследование. 2017. С. 82.

2020 г. Китай будет принимать 167 млн. туристов из-за границы и станет крупнейшей туристической державой мира.

За десять лет (с 2009 г. по 2018 г.) количество въезжающих в Китай иностранных туристов увеличилось с 46,809 млн. до 55,622 млн. чел., рост составил 118%. При этом поступления от международного туризма увеличились почти в два раза¹².

Примером продуманной государственной политики по привлечению иностранных туристов в Китайскую Народную Республику является возможность бесплатно посетить более 600 музеев страны. Согласно планам, в ближайшие годы будет добавлено еще 800 музеев, на которые из центрального бюджета будет выделено 200 миллионов юаней.

Наряду с въездным туризмом правительство Китая в настоящее время поддерживает выездной туризм, одновременно находя хороший баланс.

В соответствии с данными Всемирной туристской организации по количеству принятых иностранных туристов и количеству отечественных туристов, совершивших заграничные поездки, в 2020 г. Китайская Народная Республика займет первое и четвертое места в мире соответственно.

Эффективность китайского туризма будет продолжать расти в ближайшие годы. Привлекая частных инвесторов, власти Китайской Народной Республики объявили о планах инвестировать 2 триллиона юаней (290 миллиардов долларов) в индустрию туризма к 2020 году. Планируется использовать эти средства для развития туристической инфраструктуры и формирования система государственных структур, ответственных за развитие туризма¹³.

Роль туризма в Китае не исчерпывается экономической функцией. Руководство Китайской Народной Республики рассматривает туризм в качестве мощного политического инструмента, способного увеличить влияние страны за рубежом.

В 2009 г. Китай успешно провел летние Олимпийские игры,

¹²Нечаева А.В. Развитие выездного туризма КНР. Туризм и региональное развитие. Смоленск, 2016. С.277.

¹³Перспективы формирования туристского пространства России и Китая: российско-китайский научный альманах / под науч. ред. И.В. Зорина, Янь Вей Ву. М., 2016. С. 108.

продемонстрировав всему миру огромный потенциал экономического развития. Это событие не могло не вызвать дополнительного интереса к стране.

Для привлечения российских туристов важную роль сыграли годы российской и китайской культуры (2010–2011 гг.), годы туризма (2012–2013 гг.), молодежных обменов (2014–2015 гг.), проведенные как в Российской Федерации, так и в Китайской Народной Республике.

Таким образом, для России потенциал китайских туристов представляет несомненный интерес¹⁴.

Основные предпосылки, открывающие возможности для увеличения въездного туристского потока из Китайской Народной Республики в Российскую Федерацию (рисунок 5):

– благоприятная политическая ситуация. Российско-китайские отношения прошли сложный путь развития, на котором шаги по сближению стран чередовались с серьезным ухудшением и конфронтацией;

– в настоящее время отношения между Россией и Китаем, по словам Президента Российской Федерации В.В. Путин переживает лучший период своей долгой истории. В современных условиях Китай является главным партнером и союзником России как в политическом, так и в экономическом отношении.



Рисунок 5 – Предпосылки увеличения въездного туристского потока из Китая в Россию

¹⁴Внуков К.В. Год России в Китае и Год Китая в России - две половины единого целого // Проблемы Дальнего Востока. 2007. № 1. С. 33.

На этом фоне сотрудничество в сфере туризма между нашими странами приобретает особую актуальность:

1) развитие национальной экономики Китая и рост благосостояния граждан. В настоящее время экономика Китая по номинальному ВВП занимает второе место после американской экономики и первое место по паритету покупательной способности. Ожидается, что рост ВВП Китая достигнет 6,5% в 2018 году. Средняя зарплата в Китае достигла 620 долларов, что выше российского показателя;

2) географические и исторические предпосылки. Россия и Китай – государства-соседи, которые связывает не только общая граница протяженностью более 4 тыс. км, но и многовековая история. Сегодня многие китайцы проявляют интерес к России;

3) упрощенные визовые формальности. В настоящее время для граждан КНР в рамках реализации межправительственного Соглашения о безвизовых групповых туристических поездках действует льготный режим. Он касается групп численностью не менее пяти человек¹⁵;

4) по данным российской туристической организации «Мир без границ», количество безвизовых туристов из КНР выросло на 87% в 2018 году. За тот же период только Приморский край посетили 120 000 китайских туристов с безвизовым режимом, который был почти вдвое больше, чем в 2017 году;

5) по данным за 2019 год, 190 000 китайцев посетили Приморский край с темпом роста –158% по сравнению с предыдущим периодом и 43,5 000 человек в Иркутской области, с такими же темпами роста Новосибирская область – 20 000 туристов (темп роста – 263%);

6) маркетинговые и рекламные акции российской стороны. В настоящее время в России проводятся комплексные маркетинговые мероприятия по привлечению туристов из КНР;

7) создание в России благоприятной среды для китайских туристов. Важнейшим проектом по созданию комфортной среды для китайцев в России

¹⁵Чэн Бин Становление, современное состояние и перспективы развития международного туризма в Китае и России // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2010. Вып. 1. С. 100.

является программа China Friendly, стартовавшая в 2016 г.

Цель программы – увеличение туристского потока из Китая в Россию путем развития сервиса и качества предоставляемых услуг. Программа охватывает гостиницы, рестораны, музеи, развлекательные центры, а также компании, оказывающие туристские и экскурсионные услуги¹⁶.

В 2018 г. руководитель программы China Friendly А.В. Сибиркина за заслуги в укреплении сотрудничества с Китайской Народной Республикой стала лауреатом премии Правительства Российской Федерации;

8) падение курса рубля. Падение курса рубля и укрепление юаня привели к расширению мотивации китайцев для посещения России.

Китайские туристы все чаще приезжают к нам не только для культурных и образовательных целей, но и для покупок. В 2018 году туристы из Китайской Народной Республики потратили в России 2,5 миллиарда долларов, а один китайский турист тратит в среднем 530 долларов в день на проживание, покупки и развлечения.

По данным Российской ассоциации туроператоров, количество поездок в Париж и Милан для китайских туристов сократилось на 23,5% в 2019 году, в Риме и Венеции соответственно на 16,8 % и 17,7%. В качестве альтернативы, китайцы все чаще выбирают Россию.

В числе факторов, тормозящих въезд китайских туристов в Российскую Федерацию, специалисты называют:

– недостаток информации о России в Китае, в том числе в китайском интернет-пространстве;

– недостаточную адаптацию сервиса к китайским туристам, в том числе недостаток ресторанов китайской кухни в регионах;

– недостаток сотрудников со знанием китайского языка.

Таким образом, на сегодняшний день сотрудничество России с Китаем в области туризма является стратегическим и наиболее перспективным направлением как для России, так и для Китая. Активно поддерживая и

¹⁶Могзоев А.М. Туристические услуги России и Китая в экономике города // Материалы международной научно-практической конференции «Управление в социальных и экономических системах». М., 2015. С. 487.

развивая отношения, обе стороны имеют возможность в полной мере реализовывать свой туристический потенциал.

2.2 Событийный календарь в России и Китае

Рост туристических поездок наблюдается летом, когда климатические условия наиболее благоприятны, а также во время праздников и мероприятий международного уровня. Ниже мы рассмотрим календари событий на 2020–2021 годы в России и Китае. Традиционные праздники в Китае отмечаются по лунному календарю, а государственные праздники – по григорианскому.

Важнейшим китайским государственным праздником является день образования КНР. Другие важные традиционные фестивали включают китайский Новый год, фестиваль фонарей, фестиваль лодок-драконов и праздник середины осени.

Китайцы серьезно относятся к своему культурному наследию, важнейшей составляющей которого являются праздники. Наиболее значимые праздники в Китае отмечены несколькими выходными днями подряд, а на самые важные праздники приходится по неделе нерабочих дней.

Праздничные выходные дни в Китае в 2020 году, согласно постановлению госсовета КНР:

- Новый Год в Китае (европейский) – нерабочий день 1 января;
- Новый Год в Китае 2020 (китайский Новый год, он же праздник Весны, он же Новый Год по лунному календарю) – нерабочие дни с 24 января по 30 января (7 дней);
- День поминания усопших – 3 нерабочих дня с 4 по 6 апреля;
- День труда – 5 нерабочих дней с 1 по 5 мая;
- Праздник драконьих лодок – 3 нерабочих дня с 25 по 27 июня;
- Праздник середины осени – в 2020 объединен с Днем КНР;
- День образования КНР – в 2020 объединен с праздником середины осени, нерабочие дни с 1 по 8 октября (8 дней).

Далее подробнее рассмотрим китайские традиционные праздники и события.

Китайский Новый год или праздник Весны 春节 [chūn jié] (первый день года по лунному календарю, выпадает на день из интервала 21 января – 21 февраля по григорианскому календарю). Традиционный праздник. Для китайцев это первый день весны, пробуждение природы. Принято запускать фейерверки и взрывать крекеры. Пельмени должны быть на новогоднем столе, считается, что они похожи на золотые или серебряные слитки, поэтому приносят богатство. На второй день нового года принято есть лапшу. Поскольку лапша длинная и гладкая, считается, что жизнь будет такой же длинной и что год пройдет хорошо. В Новый год китайцы покупают новую одежду и носят ее после полуночи. Китайский Новый год празднуют с семьей.

Праздник фонарей 元宵节 [yuán xiāo jié] (15-й день 1-го лунного месяцев по григорианскому календарю – февраль–начало марта). Традиционный праздник. Это конец китайского нового года. Люди вешают фонари на улицах, в парках проводятся культурные мероприятия (танцы, вокальные выступления и т.д.). В этот день ешьте пирожные Юань Сяо из рисовой муки и сладких начинок.

Когда Дракон поднимает голову 龙抬头 [lóng tái tóu] (2-й день 2-го лунного месяца, начало марта по григорианскому календарю). Согласно легенде, дракон помог сельчанам и послал им долгожданный дождь, но сам дракон был наказан за это и заключен под гору. Раз в год дракон просыпается и смотрит на мир. В честь этого китайцы не стригли свои волосы с китайского Нового года до настоящего времени, считается, что это будет привлекать удачу круглый год. В день этого праздника в парикмахерских большой поток, очереди выстраиваются по утрам. Международный женский день 国际妇女节 [guó jì fù nǚ jié] (8 марта). Сокращенный рабочий день. В Китае, как и во всем мире, в этот день мужчины дарят подарки представительницам прекрасного пола.

День посадки деревьев (12 марта). Не является выходным днём. В 1981 году в Китае была принята резолюция, в которой предписывалось каждому

жителю Китая от 11 до 60 лет высаживать в год не меньше трех деревьев. Хотя она и выполняется не в полном объеме, но активно была поддержана большинством граждан Китая.

День дурака (день смеха) 愚人节 [yú rén jié]. 1 апреля. Заимствованный. В Китае его отмечают, как и везде, подшучивая друг над другом.

День поминания усопших 清明节 [qīng míng jié] (104-й день после зимнего солнцестояния, 7 апреля). Также именуется Праздником чистого света или Днём душ. В этот день принято посещать могилы предков, возлагать цветы и бумажные деньги в знак почтения памяти усопших. Так же в этот день принято выезжать загород на природу.

День труда 劳动节 [láo dòng jié] (1 мая). Выходной день. Проводятся различные спортивные и развлекательные мероприятия в парках и на площадях. Так же в этот день награждаются почетные и заслуженные работники.

Всемирный день ребёнка 儿童节 [ér tóng jié] (1 июня). Для детей устраиваются различные мероприятия (концерты, бесплатное посещение кино).

Праздник драконьих лодок 端午节 [duān wǔ jié] (5-ый день 5-го лунного месяца, в июне по григорианскому календарю). Традиционный праздник. Результат. Согласно легенде, Цюй Юань, служивший министром при дворе королевства Чу, выступил против гегемонии Цинь. В результате возникло негодование министра, который оказал большое влияние на правителя и был изгнан из города. Когда Цинь все еще захватывал столицу Чу, поэт, узнав об этом, покончил жизнь самоубийством, бросившись в реку в пятый день пятого лунного месяца. Его тело долго искали в лодках, но безуспешно.

Однажды ночью им явился призрак Цюй Юань и сказал, что дракон забрал его тело и что рис должен быть брошен в реку, завернутый в треугольную шелковую сумку, чтобы отпугнуть дракона. С того дня Китай организует гонки

на лодках-драконах и ест липкий рис, завернутый в листья сахарного тростника.

День основания КПК (Коммунистической партии Китая) 中国共产党成立纪念日 [gòng chǎn dǎng chéng lì jì niàn rì] (1 июля). Партия была основана в 1921 году, пришла к власти после гражданской войны в Китае.

День рождения НОАК (Народно-освободительной армии Китая) 建军节 [jiàn jūn jié] (1 августа). Выходной для всех военнослужащих. НОАК была создана 1 августа 1927 года. Проводятся различные мероприятия для военнослужащих.

Праздник влюбленных 七夕节 [qī xī jié] (7-й день 7-го лунного месяца, начало – конец августа). Традиционный праздник. Существует легенда о любви пастуха к небесной женщине. Они были разлучены, но им разрешили встретиться в единственный день года. В этот день влюбленные дарят друг другу подарки.

Праздник середины осени 中秋节 [zhōng qiū jié] (15-й день 8-го лунного месяца, начало–конец сентября по григорианскому календарю). Традиционный праздник, его также называют Праздником луны или вечером любования полной луной. В этот день принято есть «Лунную лепешку» со сладкой начинкой.

День холостяка 光棍节 [guāng gùn jiē]. Современный китайский праздник. Отмечается 11 ноября всеми, кто не состоит в браке. Китай также празднует день малого (1 января) и среднего бакалавра (11 января и 1 ноября). Даты выбираются потому, что они являются последующими единицами, связанными с отдельными лицами. Этот праздник распространился на студенческие кружки в Китае, а затем и на общество. Сегодня День Холостяка – довольно модный праздник, особенно среди молодежи. Во время этого праздника принято есть хворост в виде полосок, ходить в клубы и бары. Существуют интересные традиции, связанные с этим праздником, например, издавать волчий вой ровно

в 11 часов 11 минут 11 числа 11 месяца. В последние годы в этот день в Китае стало популярным назначать свидания вслепую. Отношение к празднику разное: кто-то отмечает его в надежде навсегда покончить с холостяцкой жизнью, а кто-то просто радуется тому, что независим и одинок.

День зимнего солнцестояния 冬至节 [dōng zhì jié] (22–23 декабря). Традиционный праздник. В этот день солнце наиболее удалено от Земли. С этого дня ночи становятся короче, а дни длиннее. Считается, что с этого дня пробуждается сила природы. В этот праздник принято ходить друг к другу в гости и готовить праздничные блюда¹⁷.

Национальные праздники играли большую роль в Китае ещё со времён древности. Китайцы на протяжении тысячелетий пользовались лунным календарем для определения точных дат национальных праздников. И, несмотря на то, что после провозглашения Китайской Народной Республики было решено ввести солнечный календарь, национальные праздники по-прежнему основываются на данных лунного календаря.

Китайская Народная Республика принадлежит к числу тех стран, где обычаю и обряду отводится важное и почетное место. Знаменитые «китайские церемонии», о которых в мире сложилось так много былей и небылиц, далеко не изжиты в гуще китайского народа, и можно с уверенностью сказать, будут существовать еще долго. Каждый, крупный китайский праздник – своеобразный универсум, в котором присутствуют элементы ликования и страха, магии и карнавала, религиозного таинства и эстетического любования¹⁸.

Что касается России, то ниже представлены наиболее интересные события из разных уголков страны, удостоенные звания «Национальное событие года». Некоторые из них достигли международных стандартов и известны во всем мире. К таким мероприятиям относятся, например, масштабный зимний фестиваль на Алтае, посвященный прибытию лебедей на ледниковые озера в

¹⁷ Праздники в Китае 2020 [Электронный ресурс] // Wayofasia.ru: офиц. сайт. – 04.01.2020. – Режим доступа: <https://wayofasia.ru/articles/kitay/6-kitayskiy-yazyk/3-kitayskie-prazdniki.html>. – 20.05.2020.

¹⁸ Алешина И. Игрушки и праздники (о традициях и обычаях китайцев) // Азия и Африка сегодня. 2000. № 3. С. 60.

Алтайском крае, и знаменитый выпускной праздник в Санкт-Петербурге – Алые Паруса.

Среди лучших событий – гастрономические и спортивные фестивали, военные, исторические реконструкции и национальные праздники, которые демонстрируют уникальные характеристики вашего региона, фестивали, посвященные всем видам искусства – литературе, живописи, кино, музыке и даже архитектуре. Представленные здесь проекты заслуженно получили статус «национальных», так как являются наиболее значимыми событиями, которые туристы стремятся посетить не только со всей России, но и из стран ближнего и дальнего зарубежья.

23 мая 2020 г. Рахманиновский фестиваль «Белая сирень». Международный фестиваль «Белая сирень» посвящен Сергею Рахманинову и проводится ежегодно в мае Государственным симфоническим оркестром Республики Татарстан под руководством Александра Сладковского. Дважды в 1910 и 1916 годах известный композитор приезжал в Казань с инспекцией музыкальных заведений.

25 – 26 мая 2020 Фестиваль воздушных змеев в Москве. Одно из самых ярких событий в Москве – фестиваль воздушных змеев «Пестрое небо» в Царицыне. Дважды в год, весной и осенью, атмосфера исторического парка окрашивается всеми цветами радуги: вверх взмывают причудливые конструкции в форме китов, морских чудищ и других реальных и сказочных существ.

27 мая 2020 года. День города Санкт-Петербурга. Официальная праздничная дата – 27 мая. В этот день в 1703 году русский император Петр I заложил первый камень в фундамент Петропавловской крепости. Обычно это событие отмечают каждый год, и часто оно длится всю неделю.

6 июня 2020 года. Посещение фестиваля Берендей. Все, кто когда-либо видел пьесу Николая Островского «Снегурочка», знают о племени берендеев. Он существовал на самом деле, но король Берендей – совершенно фантастический персонаж. Однако в Переславле-Залесском у него есть

собственный дом.

22 – 23 июня 2020 г. Фестиваль «Усадьба Джаз». Jazz Manor – один из крупнейших фестивалей в России, с изысканными, красноречивыми и живыми штрихами, чтобы оживить и в то же время захватывающую кровную музыку – джаз. Всего за несколько лет, с 2004 года, это событие превратилось из «дома» в собственное глобальное событие.

1 июля 2020 г. Фест. Ой! Фест – это ежегодный кулинарный фестиваль, целью которого является популяризация здорового образа жизни и натуральных продуктов с Алтая. Мероприятие проходит летом в семейном комплексе Алтай Холмогорье. Праздники, веселые и профессиональные мероприятия – новый рынок.

6 июля 2020 года – вечеринка Ивана Купалы. Купальская ночь была одним из главных праздников славянских язычников. Значимость события объясняется границей между жарким и холодным сезонами: эти дни были и продолжают быть пиком солнечной активности (по старому стилю праздник приходился на летнее солнцестояние и отмечался с 23 июня).

12–14 июля 2020 г. Фестиваль «Мир Сибири». Фестиваль этнической музыки и ремесел «Мир Сибири» является международным мероприятием, которое проводится с 2003 года в селе Шушенский, Красноярский край. Это один из самых значительных культурных фестивалей разных народов, который ежегодно собирает более 30 тысяч гостей из разных уголков земли.

18 – 21 июля 2020 г. Фестиваль воздушных шаров «Золотое Кольцо России». Полет на воздушном шаре – мечта многих путешественников. И она может стать реальностью на фестивале воздушных шаров «Золотое Кольцо России», который ежегодно проводится в нескольких точках знаменитого туристического маршрута.

26 – 27 июля 2020 г. Архстояние. Это международный фестиваль, который ежегодно проводится в парке Никола-Ленивец, что в Дзержинском районе Калужской области. Это необычное место (равно как и сам фестиваль) каждое лето притягивает сотни туристов со всех уголков России.

17 – 23 августа 2020 г. Фестиваль джаза в Коктебеле. Самое ожидаемое летнее культурное событие в Крыму – джазовый фестиваль Koktebel Jazz Party. Он проводится, начиная с 2003 г. каждый год в начале бархатного сезона в Коктебеле, на берегу Черного моря. Коллективы из многих стран мира исполняют джазовую музыку, приезжают именитые исполнители.

23 августа 2020 г. Байкальский фестиваль ветра. Фестиваль экстремальных видов спорта проводится каждый год в середине или конце августа на берегу большого Байкала в Посольском. Кроме того, как следует из названия, все профессии объединены под знаком двух элементов: воздух и вода.

7 сентября 2020 г. День города Москвы. Уже более 20 лет День города Москвы отмечают в первую или вторую субботу сентября. И когда в программе появляется что-то новое, оно постоянно меняется и становится все интереснее. Основные мероприятия проходят в Praça Vermelha и Teatro, Александровском саду, ВДНХ и Парке Горького.

15 – 19 сентября 2020 г. Крымский военно-исторический фестиваль. Традиционно, в первой половине сентября в Севастополе и его окрестностях проводится Крымский военно-исторический фестиваль. Это проект-реконструкция, путешествие в различные исторические эпохи от античности до конца 20 века.

18 – 24 сентября 2020 г. Фестиваль «Флаэртиана». «Флаэртиана» – это фестиваль документального кино мирового уровня, проходящий в Перми. Свое название он получил от имени режиссера Роберта Флаэрти, который в первой половине 20 века в США разрабатывал и применял принципы особого жанра неигровых фильмов.

25 – 27 сентября 2020 г. Формула-1 – важнейшее и самое престижное событие в мире автогонок, по праву называемое «королевой автоспорта», уже давно ставшее мечтой почти каждого гонщика в мире, и, ко всему прочему, еще и самый дорогой вид автоспорта.

31 декабря 2020 г. Новый год в Москве. Для большинства россиян

Новый год – главный праздник, они всегда с нетерпением ждут его и широко отмечают. Самые масштабные гуляния проходят в столице – для участия в них жители других городов и даже иностранцы обычно едут в Москву.

8 – 14 марта 2021 г. Масленица в России. Исторически русская Масленица – самый буйный, самый весёлый, самый «размашистый» праздник в году. Славянскую Масленицу праздновали не только россияне, но и поляки, чехи, словенцы, сербы, болгары и другие народы. Но, конечно, в России Широкая Масленица приобретает особенный размах.

Таким образом, можно сделать вывод, что Россия, ровно как и Китай, в силу своего уникального геополитического положения, богатой истории и накопленного туристского опыта, могут рассматриваться как одни из самых привлекательных направлений в сфере событийного туризма.

2.3 Исследование спроса и предложений на событийные туры в туристических российско-китайских отношениях

Китайско-российское туристическое сотрудничество в настоящее время развивается быстрыми темпами. Количество контактов между людьми увеличивается, количество посещений увеличивается, совершенствуется механизм обмена туристами, укрепляется значительная часть сотрудничества, все чаще предлагаются такие виды туризма, как мероприятия, туристические магазины, круизы и паломничества.

В период с 05.05.2020 г. по 12.05.2020 г. было проведено исследование с целью изучения спроса на событийный туризм среди китайских туристов (приложение А).

Рассмотрим результаты ответов на вопросы анкеты.

На вопрос «знаете ли Вы, что такое событийный туризм» утвердительно ответили 22,4% опрошенных, отрицательно – 19,6%, также, 2% респондентов указали, что частично знают, что такое событийный туризм. 1% опрошенных дал такое определение: посещение какого-либо места ради мероприятия, «туризм, приуроченный к событию любого характера», – так же указал 1% респондентов. Большинство респондентов (54%) дали такое определение

событийному туризму: Путешествие с целью посещения определенного события или мероприятия.

На рисунке 6 представлены результаты ответов на вопрос «в какое время года Вы предпочитаете отдыхать». Абсолютное большинство (73,3%) выбрало вариант «лето», по 9,9% опрошенных предпочитают для путешествия выбирать зиму и осень, и лишь 6,9% респондентов выбрали вариант «весна».

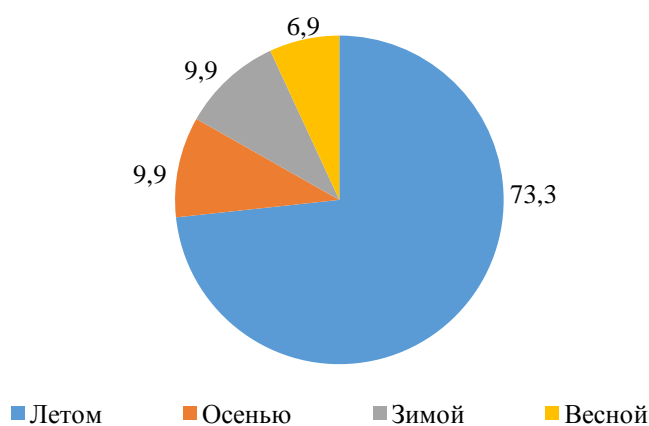


Рисунок 6 – Распределение ответов респондентов на вопрос «В какое время года Вы предпочитаете отдыхать»

При ответе на вопрос «как обычно Вы путешествуете», часть респондентов (16,9%) отметили вариант «с друзьями», 12,9% опрошенных предпочитают путешествовать в одиночку, 11,8% – в составе туристической группы, 1% респондентов отметили вариант «по-разному», и большинство (57,4%) чаще всего путешествуют с семьей.

На вопрос, какой вид отдыха является предпочтительным, ответы распределились следующим образом:

– развлекательный (отдых, основной целью которого является посещение различных увеселительных заведений, таких как ночные клубы, бары, казино, рестораны и т.д.) – 24,8%;

– культурный отдых (посещение экскурсий, исторических мест, общение с местным населением) – 68,3%;

– пляжный отдых (пассивный отдых с целью позагорать, покупаться и т.д.) – 29,7%;

– спортивный отдых (активный отдых с целью занятий различными видами спорта, такими как горные лыжи, дайвинг, серфинг и т.д.) – 13,9 %;

– шоппинг–туры (отдых, основной целью которого является совершение покупок, походы по магазинам) – 58,4%;

оздоровительный (отдых в санаториях, лечебницах и т.д.) – 13,9%.

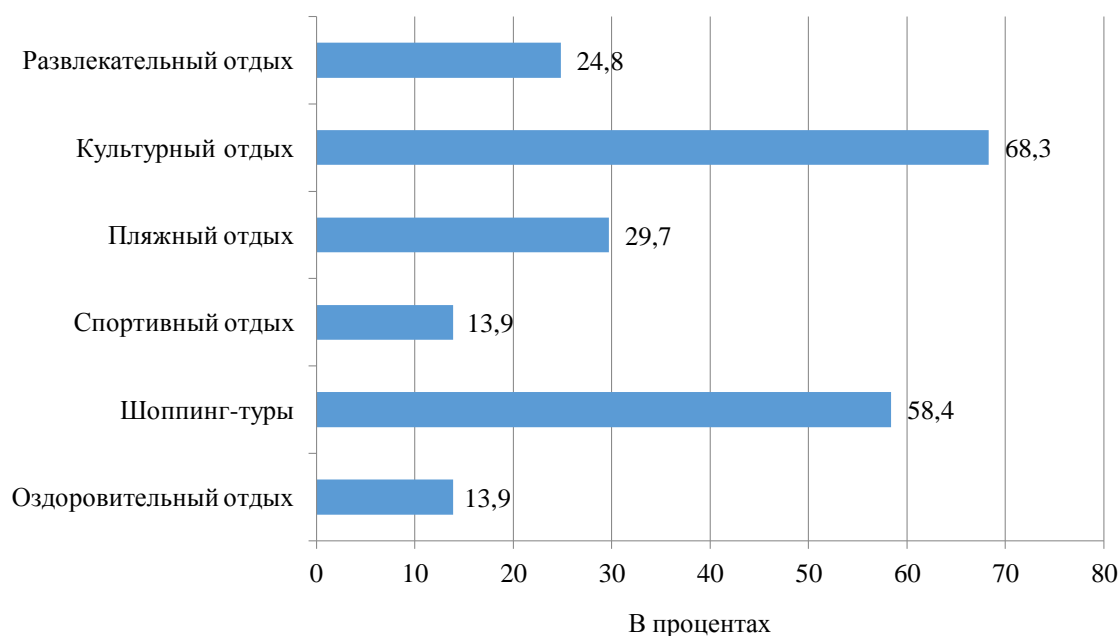


Рисунок 7 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какой вид отдыха Вас интересует»

Далее следовал вопрос о том, какую сумму ежегодно китайские туристы готовы тратить на путешествие. 8 % респондентов тратят до 1000 юаней на путешествия, почти поровну опрошенных 32% и 37% отметили варианты «от 1000 до 3000 юаней» и «от 3000 до 6000 юаней» соответственно, 15% респондентов тратят от 6000 до 10000 юаней, и лишь 8% готовы тратить на путешествие от 10000 юаней в год (рисунок 8).

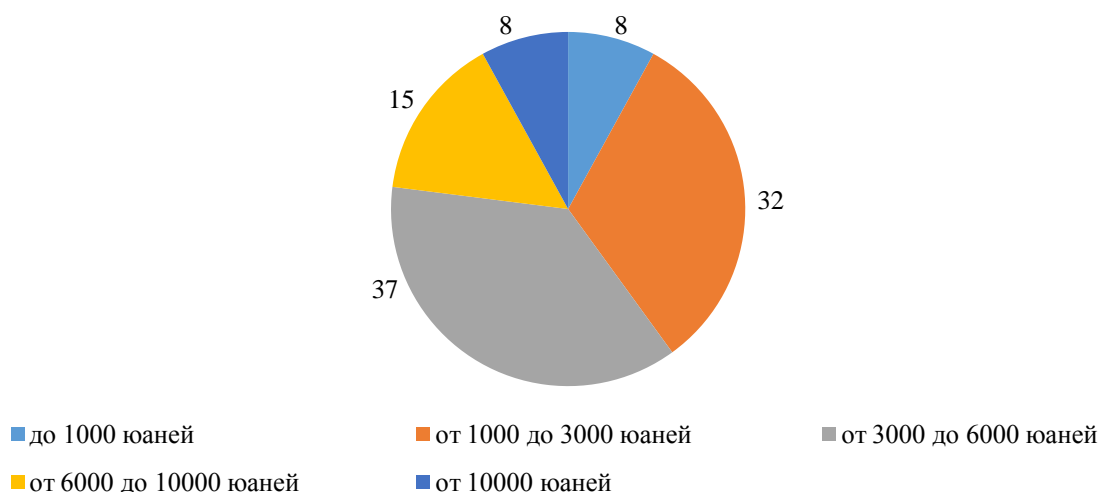


Рисунок 8 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какую сумму ежегодно Вы готовы тратить на путешествие»

На вопрос о том, сколько раз в год совершают путешествия опрашиваемые, ответы были следующие: 56% респондентов путешествуют 3–5 раз в год, 28% 1–2 раза в год, 4% опрошенных ни разу не путешествовали, и 2% анкетированных путешествуют больше 5 раз в год.

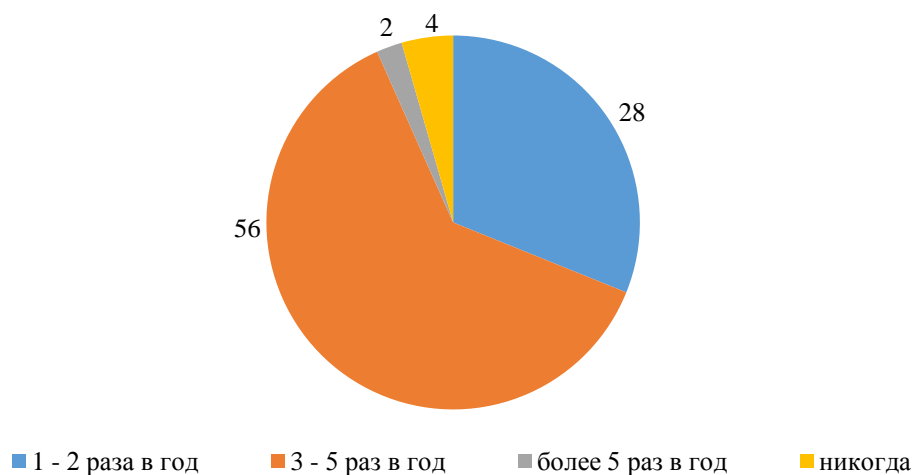


Рисунок 9–Распределение ответов респондентов на вопрос «Как часто Вы путешествуете»

Далее следовал вопрос о том, участвуют ли жители КНР в событийных мероприятиях, проводимых в их стране, городе, районе (фестивали, спортивные соревнования, ярмарки и т.п.). Большинство (86,1%) опрошенных участвуют в событийных мероприятиях, 13,9% опрошенных дали

отрицательный ответ.

Ответ на следующий вопрос предполагался только для тех, кто не участвует в событийных мероприятиях, проводимых в Китае. 43,8% опрошенных ответили, что им не интересны событийные мероприятия, не имеют на них времени – 12,4% респондентов, утверждают, что событийных мероприятий нет в их стране, городе, районе 6,3% опрошенных, и 37,5% ответили, что не знают, что такое событийные мероприятия.

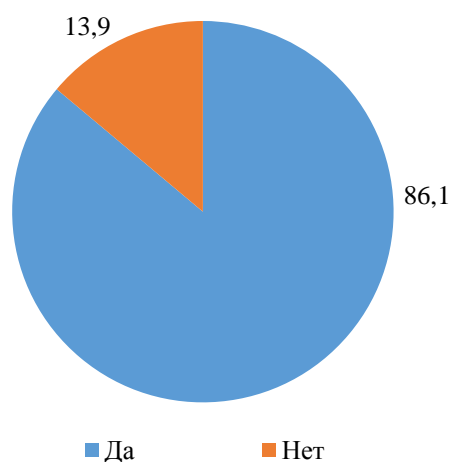


Рисунок 10 – Распределение ответов респондентов на вопрос «По Вашему мнению, привлекательна ли Россия для туристов»

На вопрос, привлекательна ли Россия для туристов 86,1% респондентов ответили утвердительно, 13,9% – отрицательно.

Далее следовал вопрос для тех, кто не считает Россию привлекательной для туристов, на него поступило 16 ответов (рисунок 11).

Дорогой страной для путешествий Россию считают 43,8% опрошенных, 25% респондентов указали, что в России нет сервиса, не знают язык, и поэтому не посещают Россию – 18,8% опрошенных, и 12,4% утверждают, что в России не на что смотреть.

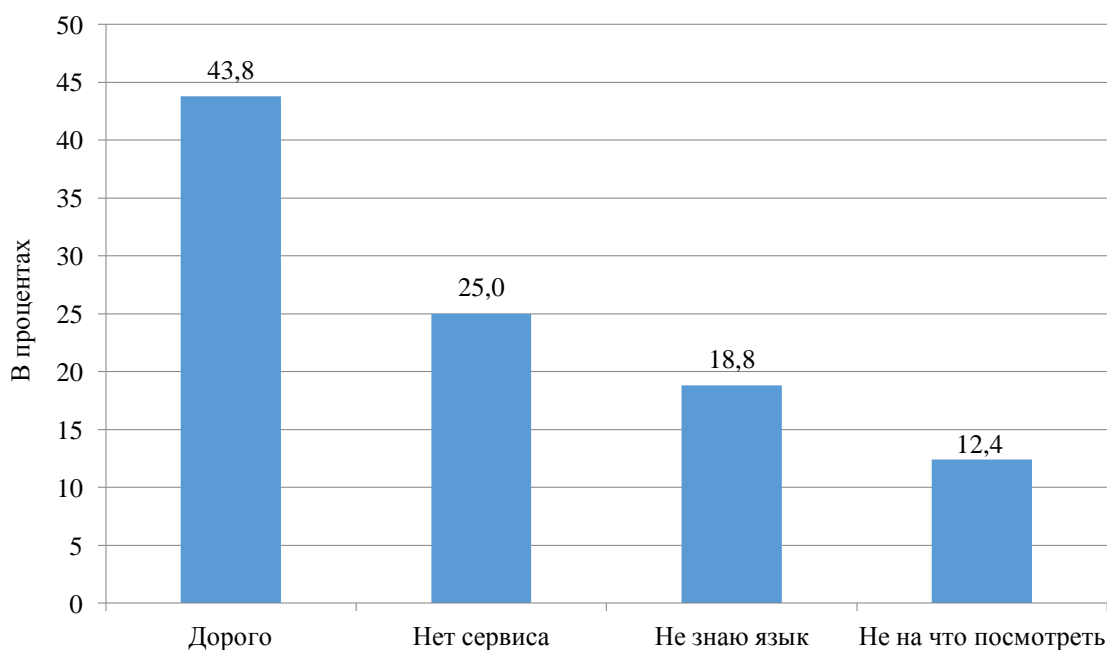


Рисунок 11 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Почему Россия не привлекательна для туристов»

Далее шел блок вопросов о Российских событиях и мероприятиях.

На вопрос о том, каких события, мероприятия и праздники, проводимые в России, знают опрашиваемые, ответы распределились следующим образом:

- День Победы – 31%;
- Масленица – 23,9%;
- День Тигра во Владивостоке – 15,5%;
- Новый Год – 14,1%;
- Фестиваль «Байкальский ветер» – 12,7%;
- Праздник Ивана Купалы – 9,9%;
- Рождество – 5,6%;
- Амурская Осень – 5,6%;
- Олимпийские игры – 5,6%;
- День ВМФ во Владивостоке – 5,6%;
- Крымская весна – 4,2%;
- Международный женский день – 4,2%;
- День Весны и Труда – 2,8%;

- День Защитников Отечества – 2,8%;
- Пасха – 2,8%;
- Чемпионат мира по футболу – 1,4%;
- День России – 1,4 %.

Следующим был вопрос, о том какие мероприятия и события в России посещали опрашиваемые. Ответы распределились следующим образом:

- День Победы – 23,5%;
- Новый год – 14,7%;
- День Тигра – 11,8%;
- Фестиваль «Байкальский ветер» – 7,8%;
- День города в Москве – 5,9%;
- Масленица – 5,9%;
- День города во Владивостоке – 5,9%;
- День ВМФ во Владивостоке – 4,9%;
- Фестиваль «Амурская осень» – 3,9%;
- День города в Санкт–Петербурге – 2,9%;
- Фестиваль «Алые паруса в г. Санкт–Петербург» – 2,9%;
- День города в Благовещенске – 2%;
- Фестиваль воздушных шаров – 2%;
- Олимпийские игры в г. Сочи – 2%;
- Чемпионат мира по футболу – 2%;
- Праздник огурца в г. Суздаль – 1,1%;
- Дети Азии – 1,1%;
- Фестиваль «Крымская весна» – 1,1%;
- Фестиваль мидий во Владивостоке – 1,1%;
- Фестиваль красок Холи в Благовещенске – 1,1%;
- Рок-концерт – 1,1%;
- Рождество – 1,1%.

На вопрос «Какие события и мероприятия в России Вы хотели бы

посетить», респонденты ответили следующим образом:

- Масленица – 32,5%;
- День тигра в г. Владивосток – 23,6%;
- День Победы – 18,8%;
- Новый год – 15,8%;
- Фестиваль «Байкальский ветер»– 3,9%;
- Праздник Ивана Купалы – 3,9%;
- Фестиваль воздушных шаров – 1,9%;
- Международный Платоновский фестиваль искусств – 1%;
- Фестиваль «Болдинская осень» – 1%;
- Фестиваль «Времена эпохи» – 1%;
- Фестиваль «Великий Булгар» – 1%.

Также, 3,9% респондентов указали, что в России много интересных событий, но они не знают, когда и где они проводятся.

Следующим шел вопрос о том, какие виды событий больше всего интересуют опрашиваемых(рисунок 12).



Рисунок 12 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие виды событий Вам больше всего интересны»

Национальные фестивали и праздники отметили 84,2% опрошенных, фестивали искусств – 22,8%, фестивали кино и театра – 23,8% респондентов, фестивали музыки и музыкальные конкурсы выбрали 18,7% опрошенных, выставки и форумы предпочитают 11,9%, любят посещать разного рода гастрономические фестивали 13,9% анкетированных, спортивными событиями интересуются 29,7% респондентов, а модными показами лишь 7,9%.

В следующем вопросе респондентов спрашивали, где они предпочитают проводить свой отпуск (рисунок 13).

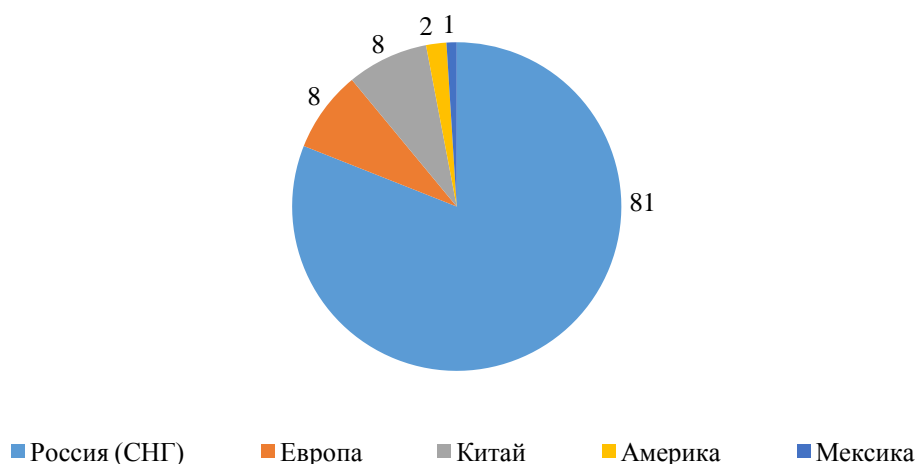


Рисунок 13 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Где Вы предпочитаете проводить свой отдых»

На вопрос «Где Вы предпочитаете проводить свой отдых» респонденты ответили таким образом: 1% – Мексика, 2% – Америка, по 8% выбирают для путешествий Европу и Китай, большинство –81% предпочитает путешествовать в Россию.

Пользуются услугами туристических агентств 67% опрошенных, а 33 % респондентов предпочитают организовывать туристические поездки самостоятельно.

Далее шел блок вопросов о поле, возрасте, социальном статусе и роде занятий. 48% опрошенных мужского пола, 52% – женского. Большинство опрошенных имело возраст в диапазоне от 22 до 35 лет.

Далее проводился опрос о социальном статусе (рисунок 14).

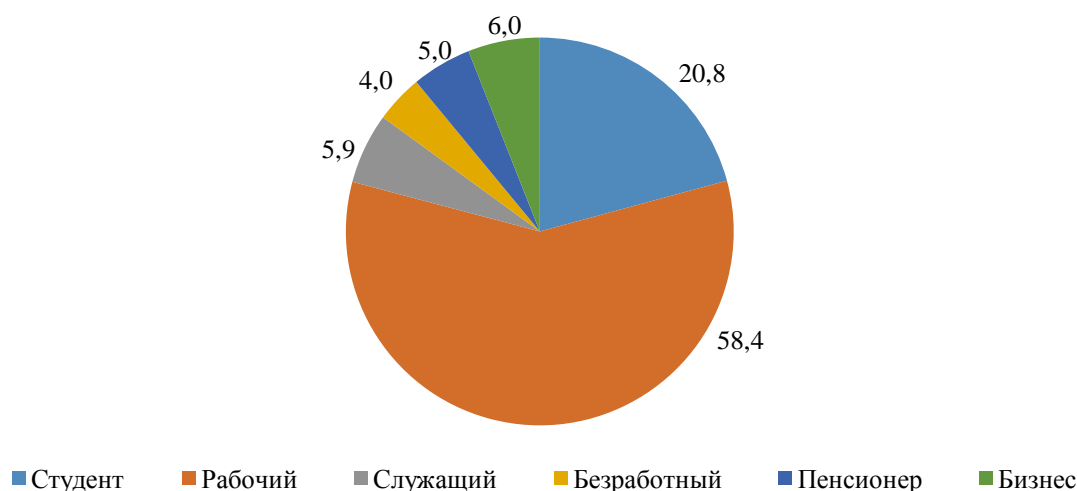


Рисунок 14 – Социальный статус

Что касается рода занятий опрашиваемых, то абсолютное большинство 58,4% являются рабочими, 20,8% – студентами, 5,9% – служащие, 5 % среди опрашиваемых являются пенсионерами, 6% респондентов относятся к бизнесу, и 4% безработные.

В браке состоят 35% опрошенных, в отношениях – 28%, и 35% респондентов являются холостыми.

Таким образом, проанализировав данные, полученные в исследовании, можно сделать следующие выводы:

- во-первых, мы выяснили, что Россия является популярной страной для путешествий среди китайских туристов;

- во-вторых, узнали, что большинство опрашиваемых знают, что такое событийный туризм, наиболее распространенными видами событийного туризма являются фестиваль, спортивные мероприятия, и различного рода национальные праздники и гуляния;

- в-третьих, мы изучили о каких праздниках, мероприятиях и событиях проводимых в России знают в Китае, какие посещали, и какие хотели бы посетить.

Благодаря постоянному расширению взаимных визитов, туристический обмен между Россией и Китаем приобрел новые особенности. Высокий туристический сезон для китайских туристов в России больше не ограничивается периодом с июля по сентябрь. Все больше китайских туристов

едут в Россию, чтобы посетить национальные праздники и фестивали, музыкальные и кинофестивали, китайские туристы очень заинтересованы в таких парадах, как День Победы, День Военно-Морского Флота, День Весны и Труда, День Тигра и другие. Что касается формы путешествия, то более половины туристов путешествуют в групповых турах.

При этом заметно растет доля индивидуальных туров.

Туристические интересы и запросы туристов имеют тенденцию к расширению и углублению. Все и больше китайцев, особенно молодого поколения, проявляют интерес к природным рекреационным ресурсам, а также истории и культуре России. Они выбирают для посещения такие места, как Москва, Санкт-Петербург, Дальний Восток, Байкал и другие.

Китай и Россия – страны с огромным туристическим потенциалом и большими возможностями для его реализации. Сотрудничество с Китаем в области туризма является стратегическим для Российской Федерации, индустрия туризма нашей страны находится на стадии незначительного роста и нуждается в поддержке более сильного партнера для достижения международного уровня и иметь возможность в полной мере проявить свой туристический потенциал.

Китайская индустрия туризма, которая активно развивалась только в начале реформ «открытости», достигла наивысшего уровня за довольно короткое время, используя сначала въездной туризм, а затем выездной. Постепенно развивая индустрию туризма и внедряя рекреационные ресурсы, Китай занял лидирующую позицию в мировом рейтинге туризма, и Китай, безусловно, находится на первом месте по объему выездного трафика.

В частности, Китай является лидером въездного туризма в Россию, где за 9 месяцев 2019 года было принято почти 1,2 млн. человек, и численность потока непрерывно растет.

Одним из наиболее перспективных направлений сотрудничества Китая и Российской Федерации в сфере туризма является развитие совместного туризма в приграничных регионах. Дальний Восток сегодня является одним из наиболее

перспективных регионов для развития событийного туризма. Приморье и Амурская область обладают огромным туристическим потенциалом, и сегодня, наряду с другими крупными туристическими направлениями для китайцев в нашей стране, он привлекает все больше туристов из Среднего царства. Например, Приморье за 2018 г. посетило более 120 тысяч человек (учитывались показатели только в рамках безвизового соглашения). Еще больший поток туристов (в обе стороны) ожидается после открытия автомобильного моста между Благовещенском и Хэйхэ.

3 РАЗРАБОТКА НОВОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА «МАСЛЕНИЦА ПО-РУССКИ» И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

3.1 Проектирование туристского продукта и разработка программы тура

Предлагаемый туристско-событийный маршрут направлен на развитие въездного туризма в России, однако, стоит полагать, что он так же будет интересен и для местных туристов.

Событийный тур предназначен для туристов из Китая в возрасте от 10 до 60 лет и включает в себя путешествия с познавательными целями для ознакомления с культурой и традициями России, а также, с целью развлечения.

Тур разработан на весенний сезон (13–14 марта 2021) для группы из 16 человек, помимо экскурсовода.

В стоимость тура входят:

- питание по программе;
- проживание на базе отдыха «Бархатная».
- транспортное обслуживание;
- экскурсионная программа.

Туристическая страховка не является обязательной и оплачивается отдельно. Маршрут рассчитан на 2 дня (схема маршрута представлена в приложении Б).

Таблица 3 – Программа тура «Масленица по-русски»

День	Мероприятие	Время
1	2	3
1 день	Обзорная экскурсия по базе отдыха «Бархатная», знакомство с праздниками и культурой России.	
	Трансфер туристов из г. Суйфэньхе (КНР) в г. Владивосток (РФ)	08:00-11:00
	Встреча в пункте сбора (г. Владивосток, ул. Адмирала Фокина, 5)	11:00
	Трансфер теплым автобусом с весенними песнями, веселыми историями и сказками на базу отдыха «Бархатная»	11:30-13:30
	Размещение на базе отдыха	14:00
	Обед в столовой на территории базы отдыха	14:00-15:00
	Зимние развлечения - каток, тюбинговые трассы, горные лыжи, рыбалка	15:00-17:00
	Участие в творческих мастерских (валяние из шерсти, декорирование валенок, роспись глиняных игрушек, изготовление соломенных кукол)	15:00-17:00
	Ужин в столовой на территории базы отдыха	18:00-19:00

1	2	3
	Посещение русской бани с прорубью в горной речке	19:30-21:00
2 день	Участие в праздновании Масленицы в Арт-парке «Штыковские пруды»	
	Завтрак в столовой на территории базы отдыха	9:00
	Трансфер в Арт-парк «Штыковские пруды» с веселыми конкурсами и рассказом об истории праздника	10:00-11:00
	Прибытие. Экскурсия по территории парка, участие в большой русской ярмарке, участие в фотозонах в русском стиле, в народных костюмах с самоварами	11:30-13:00
	Обед в кафе на территории парка	13:00-14:00
	Традиционные русские гулянья с конкурсами, блинами, сжиганием чучела. В программу также входят катание на масленичной повозке, перетягивание каната, состязание блинопеков, лазанье на масляничный столб за призами, хоровод и песнопения вокруг костра.	14:00-17:00
	Завершение праздника, сбор группы	17:30
	Трансфер в г. Владивосток	17:30-19:00
	Трансфер в г. Суйфэньхэ	20:00-23:00

Информационный листок к путевке туристского путешествия представлен в приложении В.

3.2 Экономическое обоснование нового туристского продукта

Метод калькулирования полной себестоимости турпродукта – это система учета, в которой все затраты распределяются на все виды турпродукта. В его основе лежит деление затрат по способу включения в себестоимость отдельных видов услуг¹⁹. В себестоимость турпродукта непосредственно включаются прямые и косвенные затраты туроператора, связанные с формированием турпродукта.

Прямые затраты – это затраты, непосредственно связанные с производством и реализацией турпродукта.

К ним относят: Питание

Таблица 4 – Питание

Наименование	Количество	Стоимость на 1 чел. в день, руб.	Стоимость на группу в день, руб.	Общая стоимость, руб.
Завтрак	1	200	3400	3400
Обед	2	240	4080	8160
Ужин	1	290	4930	4930
Итого	-	-	-	16490

Стоимость завтраков, обедов и ужинов на одного человека, учитывая

¹⁹ Козырева Т.В. Учёт издержек в туризме. М., 2000. С. 221.

расходы руководителя группы, составит:

$$(1 \times 200 \text{ руб.} + 2 \times 240 \text{ руб.} + 1 \times 290 \text{ руб.}) \times 17 / 16 = 1031 \text{ руб.}$$

2 Проживание.

Данный тур предполагает проживание туристов в 16-местном и одноместном коттедже на базе отдыха «Бархатная».

Стоимость 16-местного коттеджа на базе отдыха составляет 18000 рублей. Руководитель группы проживает в одноместном коттедже стоимостью 1700 руб. в сутки.

Рассчитаем стоимость проживания на группу:

$$18000 \text{ руб.} + 1700 \text{ руб.} = 19700 \text{ руб.}$$

Итого, общая стоимость проживания составляет: 19700 руб.

Стоимость проживания на одного человека, с учетом расходов руководителя группы, составит:

$$19700 \text{ руб.} / 16 \text{ чел.} = 1231 \text{ руб.}$$

3 Транспортное обслуживание.

Трансфер рейсовым автобусом из г. Суйфэньхэ в г. Владивосток имеет стоимость 2200 руб./чел. Итого общая стоимость составляет 35200 руб.

Стоимость аренды автобуса составляет 1200 руб./час.

При расчете аренды автобуса на дальние расстояния (более 100 км) используется расчет по километражу²⁰.

Расстояние между г. Владивосток и базой отдыха «Бархатная» имеет протяженность 120 км. Базовая цена за 1 км – 41 руб. 90 коп. Таким образом, стоимость аренды автобуса за городом составляет:

$$120 \text{ км} \times 41 \text{ руб.} 90 \text{ коп.} = 5028 \text{ руб.}$$

Трансфер туристов с базы отдыха «Бархатная» в Арт-парк «Штыковские пруды» имеет протяженность 56 км, и занимает примерно 1 час езды. Таким образом, стоимость транспортных услуг составит 1200 руб.

Также, понадобятся услуги автобуса при транспортировке туристов из Арт-парка в г. Владивосток. Протяженность этого маршрута 75 км, примерное

²⁰ Расчет стоимости аренды автобуса [Электронный ресурс] // Ttoural.ru: офиц. сайт. – 03.04.2020. – Режим доступа : <http://www.ttoural.ru/>. – 15.05.2020.

время в пути 1 час 12 мин., следовательно, стоимость составит 1440 руб.

Трансфер из г. Владивосток в г. Суйфэньхэ имеет стоимость 2200 руб./чел.

Общая стоимость составляет 35200 руб.

Итого, общая стоимость транспортных услуг на группу составит:

35200 руб. + 5028 руб. + 1200 руб. + 1440 руб. + 35200 руб. = 78068.

В расчете на одного человека: 78068 руб. / 16 чел. = 4879 руб.

4 Программа мероприятия.

Таблица 5 – Экскурсии

в рублях

Наименование	Стоимость на 1 чел.	Стоимость на группу
Прокат инвентаря (рыбалка, тубинг, коньки) на базе отдыха «Бархатная»	800	13600
Участие в творческих мастерских 1 на выбор (валяние из шерсти, декорирование валенок, роспись глиняных игрушек, изготовление соломенных кукол)	500	8500
Посещение русской бани с прорубью в горной речке	300	5100
Вход в Арт-парк «Штыковские пруды». В программу входят участие в конкурсах, фотозонах, сжигание чучела	1000	17000
Итого	2600	44200

Таким образом, общая стоимость программы мероприятия на группу составляет 44200 руб., на одного человека – 44200 руб. / 16 чел. = 2763 руб.

Косвенные затраты – это затраты, связанные с обслуживанием производства, управлением предприятия и организацией продаж. Они составляют 10 % от прямых затрат.

Прямые затраты данного турпродукта составляют – 158458 руб. на группу и 9904 руб. на 1 чел. Таким образом, косвенные затраты составляют 15845 руб. 80 коп. на группу и 990 руб. 40 коп. на 1 чел.

Полная себестоимость турпродукта – это сумма прямых и косвенных затрат. Следовательно, полная себестоимость турпродукта составляет:

158458 руб. + 15845 руб. 80 коп. = 174303 руб. 80 коп.

Прибыль (10% от полной себестоимости продукта) равна 17430 руб.

Продажная цена турпродукта определяется сложением полной себестоимости турпродукта и прибыли туристской организации:

174303 руб. 80 коп. + 17430 руб. = 191733 руб. 80 коп.

Итого, продажная цена турпродукта на 1 чел. составит:

191733 руб. 80 коп. / 16 чел. = 11983 руб. 30 коп.

Таблица 6 – Калькуляция на группу 17 человек по туру «Масленица по-русски»

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	%	в стоимостном выражении, руб.	
		на группу	на 1 чел.
Транспортные расходы		78068	4879
Расходы на проживание		19700	1231
Расходы на питание		16490	1031
Программное обслуживание		44200	2763
Итого прямых затрат		158458	-
Косвенные расходы	10	15845,8	-
Полная себестоимость		174303,8	10894
Прибыль	10	17430	1089
Продажная цена		191733,8	11983,4

Для продвижения данного событийного тура планируются использоваться механизмы SMM, т.е. маркетинг в социальных сетях. Процесс привлечения внимания через социальные платформы является в настоящее время наиболее актуальным. Необходимо использовать заказные ролики популярных в Китае Travel-блогеров на социальных платформах «WeChat», «LittleRedBook», а также распространять отзывы на путешествия по России.

В WeChat можно найти множество групп, соответствующих туристской тематике. Реклама на данном сайте может быть размещена как через администратора, так и самостоятельно, если группа открыта для вступления. Так же, в Китае пользуется популярностью сайт Weibo. Посты в Weibo могут транслироваться, из Instagram-аккаунта, рекламирующего тур «Масленица по-русски» локализованные на китайский язык. Через настройки параметров таргетинга есть возможность продвигать по географическому, возрастному, гендерному признакам, а также по тематике, что является актуальным при продвижении тура.

Так же планируется и бесплатное размещение на тематических форумах и новостных порталах. При регулярной частоте публикаций появляется возможность улучшить индексацию материалов о

событийном туре «Масленица по-русски» в поисковой выдаче Baidu.

Резюмируя, можно сказать, что:

– данный событийный маршрут предлагается в целях развития въездного туризма в России и в регионе, в частности, так как Приморье располагает достаточными ресурсами для организации событийных туров, как для местных жителей, так и для иностранных туристов. Что касается туристов из Китайской Народной Республики, то Дальневосточный регион является популярным, среди них;

– экономическое обоснование тура показало, что тур рентабелен: с организацией этого тура турфирмы смогут получать дополнительную прибыль и использовать ее для организации новых туристических маршрутов;

– продажная цена тура приемлема для людей со средним уровнем доходов, а программа тура достаточно разнообразна и включает в себя различные виды отдыха: событийный, экологический, познавательный, культурно-исторический; исходя из чего, можно сделать вывод, что, предлагаемый турпродукт будет пользоваться спросом на рынке туризма.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Событийный туризм стал областью серьезных научных исследований сравнительно недавно. Несмотря на то, что эта разновидность отдыха существует с древнейших времен, в особую отрасль туристической индустрии она трансформировалась в послевоенные годы, а популярность стала приобретать в 1970-х гг. Именно в это время стали очевидны потенциальные возможности разнообразных событий для развития экономики, общества, культуры, международных отношений и даже экологии.

Исходя из проделанного исследования, делаем выводы:

События, которые привлекают туристов, могут так же относиться к сфере бизнеса, образования и т.д., однако чаще всего это именно спортивные и культурные мероприятия. Основная цель событийного туризма, как указывалось ранее, – удовлетворение потребности от посещения какого-либо конкретного предприятия.

Событийный туризм можно классифицировать в нескольких направлениях, которые представлены ниже.

По своему масштабу:

- мероприятия международного уровня;
- мероприятия национального уровня;
- мероприятия регионального уровня;

По функциональной направленности:

- а) конгрессный;
- б) фестиваль;
- в) спортивный;
- г) международный выставочный и ярмарочный;
- д) развлекательный;
- е) познавательный.

Также в событийном туризме стоит выделить и тематические виды:

- национальные фестивали и праздники;

- театрализованные шоу;
- фестивали кино и театра;
- гастрономические фестивали;
- фестивали и выставки цветов;
- модные показы;
- аукционы;
- фестивали музыки и музыкальные конкурсы;
- спортивные события;
- международные технические салоны.

Гипотеза исследования: разработанный туристский продукт, реализованный для китайских туристов в г. Владивостоке будет рентабелен, если с организацией этого тура турфирмы смогут получать дополнительную прибыль и использовать ее для организации новых туристических маршрутов.

В настоящее время китайско-российское сотрудничество в сфере туризма развивается быстрыми темпами. Увеличивается объем контактов между людьми, неуклонно растет число взаимных визитов, совершенствуется механизм туристического обмена, обогащается содержательная часть сотрудничества, становятся все более распространенными такие виды туризма как событийный, деловой, круизный, паломнический.

В период с 05.05.2020 г. по 12.05.2020 г. было проведено исследование с целью изучения спроса на событийный туризм среди китайских туристов.

В процессе исследования было выяснено, что:

1) Россия является популярной страной для путешествий среди китайских туристов;

2) большинство опрошенных знают, что такое событийный туризм, наиболее распространенными видами событийного туризма являются фестиваль, спортивные мероприятия, и различного рода национальные праздники и гуляния;

3) мы изучили, о каких праздниках, мероприятиях и событиях проводимых в России знают в Китае, какие посещали, и какие хотели бы

посетить.

Также был разработан тур для базы отдыха «Бархатная». Предлагаемый туристско-событийный маршрут направлен на развитие въездного туризма в России, однако, стоит полагать, что он так же будет интересен и для местных туристов.

Событийный тур предназначен для туристов из Китая в возрасте от 10 до 60 лет и включает в себя путешествия с познавательными целями для ознакомления с культурой и традициями России, а также, с целью развлечения.

Экономическое обоснование тура показало, что тур рентабелен: с организацией этого тура турфирмы смогут получать дополнительную прибыль и использовать ее для организации новых туристических маршрутов; продажная цена тура приемлема для людей со средним уровнем доходов, а программа тура достаточно разнообразна и включает в себя различные виды отдыха: событийный, экологический, познавательный, культурно-исторический; исходя из чего, можно сделать вывод, что, предлагаемый турпродукт будет пользоваться спросом на рынке туризма.

Таким образом: поставленные в начале работы задачи выполнены, гипотеза подтвердилась, а, следовательно, цель работы – достигнута.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Бессараб, Д.А. География международного туризма: в 2 ч. / Д.А. Бессараб, Л.В. Штефан. – М.: ТетраСистемс, 2018. – Ч. 2: География видов туризма. – 224 с.
- 2 Боголюбов, В.С. Экономика туризма: учеб. / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская. – М.: Академия, 2017. – 192 с.
- 3 Большаник, П.В. Туристское страноведение: учеб. пособ. / П.В. Большаник. – М.: Инфра-М, 2018. – 244 с.
- 4 Бондаревский, Д.В. Страноведение. Франция: учеб. / Д.В. Бондаревский, А.А. Марцелли. – М.: Феникс, 2019. – 416 с.
- 5 Ветитнев, А.М. Лечебный туризм / А.М. Ветитнев, А.С. Кусков. – М.: Форум, 2019. – 592 с.
- 6 Губа, В.П. Лечебно-оздоровительный туризм: учеб. пособ. / В.П. Губа, Ю.С. Воронов, В.Ю. Карпов. – М.: РГГУ, 2018. – 120 с.
- 7 Губа, В.П. Методы научного исследования туризма: учеб. / В.П. Губа, Ю.С. Воронов, В.Ю. Карпов. – М.: Физическая культура, 2018. – 176 с.
- 8 Дегтярев, А.Н. Экологический Туризм. Экологическая, климатическая, рекреационная оценка территорий как объектов экологического туризма: учеб. пособ. / А.Н. Дегтярев. – М.: Академия, 2017. – 157 с.
- 9 Джанджугазова, Е.А. Туристско-рекреационное проектирование: учеб. / Е.А. Джанджугазова. – М.: Академия, 2017. – 272 с.
- 10 Драчева, Е.Л. Страноведение. Германия. Италия. Финляндия: учеб. / Е.Л. Драчева, А.О. Яворская, Т.Т. Христов. – М.: Книгодел, 2018. – 308 с.
- 11 Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособ. / А.П. Дурович. – М.: Инфра-М, 2018. – 320 с.
- 12 Ехина, М.А. Бронирование гостиничных услуг: учеб. / М.А. Ехина. – М.: Академия, 2017. – 240 с.
- 13 Исаева, Т.Е. Речевая коммуникация в туризме: учеб. пособ. / Т.Е. Исаева. – М.: Дашков и К, 2017. – 100 с.
- 14 Косолапов, А.Б. География российского внутреннего туризма / А.Б.

Косолапов. – М.: КноРус, 2019. – 272 с.

15 Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособ. / А.Б. Косолапов. – М.: КноРус, 2015. – 296 с.

16 Кужель, Ю.Л. Страноведение – ОАЭ, Япония, Китай: учеб. пособ. / Ю.Л. Кужель, А.О. Яворская, Т.Т. Христов. – СПб.: Питер, 2014. – 262 с.

17 Кусков, А.С. Туристское ресурсоведение / А.С. Кусков. – М.: Академия, 2015. – 208 с.

18 Матюхина, Ю.А. Экскурсионная деятельность / Ю.А. Матюхина, Е.Ю. Мигунова. – М.: Альфа-М, 2019. – 224 с.

19 Можаяева, Н.Г. Организация туристской индустрии и география туризма: учеб. / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. – М.: Феникс, 2018. – 336 с.

20 Морозов, М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Академия, 2019. – 240 с.

21 Новиков, В.С. Инновации в туризме / В.С. Новиков. – М.: Академия, 2018. – 208 с.

22 Павлова, Г.Ю. Сервисная деятельность: учеб. пособ. / Г.Ю. Павлова. – М.: КноРус, 2019. – 176 с.

23 Перспективы формирования туристского пространства России и Китая: российско-китайский научный альманах / под науч. ред. И.В. Зорина, Янь Вей Ву. – М.: Советский спорт, 2016. – 165 с.

24 Праздники в Китае 2020 [Электронный ресурс] // Wayofasia.ru: офиц. сайт. – 04.01.2020. – Режим доступа: <https://wayofasia.ru/articles/kitay/6-kitayskiy-yazyk/3-kitayskie-prazdniki.html>. – 20.05.2020.

25 Развитие сотрудничества приграничных регионов России и Китая: матер. Междунар. науч.-практич. конф. (Маньчжурия, 24-25 сентября 2013 года) / редкол.: М.А. Винокуров [и др.]. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2017. – 211 с.

26 Расчет стоимости аренды автобуса [Электронный ресурс] // Ttoural.ru:

- офиц. сайт. – 03.04.2020. – Режим доступа : <http://www.ttoural.ru/>. – 15.05.2020.
- 27 Скобельцына, А.С. Технологии и организация экскурсионных услуг / А.С. Скобельцына, А.П. Шарухин. – М.: Академия, 2018. – 192 с.
- 28 Советское зазеркалье. Иностраный туризм в СССР в 1930 – 1980 годы / под ред. В.Э. Багдасарян [и др.]. – М.: Форум, 2017. – 256 с.
- 29 Соколова, М.В. История туризма / М.В. Соколова. – М.: Академия, 2019. – 352 с.
- 30 Туризм и туристические фирмы по данным Росстат [Электронный ресурс] // Rosinfostat.ru: офиц. сайт. – 02.05.2019. – Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/turizm/#i-5>. – 15.05.2020.
- 31 Туристическая ассоциация «Мир без границ» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 10.11.2019. – Режим доступа: <http://www.visit-russia.ru/our-projects/programma-china-friendly>. – 10.05.2020.
- 32 Чудновский, А.Д. Информационные технологии управления в туризме / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: КноРус, 2018. – 104 с.
- 33 Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма: учеб. / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Наука, 2016. – 208 с.
- 34 Щербакова, С.А. Международный туризм. Экономика и география / С.А. Щербакова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 144 с.
- 35 Щукин, А.И. Технология разработки нового туристского продукта / А.И. Щукин. – М.: Изд-во СПбГУ, 2018. – 140 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкета

尊敬的回答者！

阿穆尔国立大学进行探索中俄关系之中的事件旅游发展机会及前景的研究。为了解决指定的任务，我们非常需要您的帮助，而我们本身也保证好所取得数据的机密性。该调查内具有需要一个确切的答案的问题、有多个答案的问题、一系列随意回答的问题。

感谢您参加该研究！

1.

您知道事件旅游是什么？_____

2. 您最喜欢什么季节去休息？

a) 夏天

б) 秋天

в) 冬天

г) 春天

3. 您一般跟谁去旅游？

a) 一个人

б) 跟家人一起

B) 跟朋友一起

г) **其他**

4. **您最喜欢的休息方式是哪一个？**

a)

娱乐休息 (该休息方式主要内容是去各种娱乐场所, 比如夜店、酒吧、赌场、餐厅、等等)

б)

文明休息 (该休息方式主要内容是去各种参观、名胜古迹, 跟本地居民交流)

в) **海滩休息** (晒黑、游泳的消极休息)

г) **运动休息** (做些运动的积极休息, 比如高山滑雪、潜水、冲浪、等等)

д) **购物游** (该休息方式主要内容是去购物)

е) **保健休息** (该休息方式主要内容是去疗养院)

3. **您每年能花在旅游上多少钱？**

a) **不超过1000元**

б) **1000至3000元**

в) **3000至6000元**

г) **6000至10000元**

д) **10000元多**

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

4.

您参加您所在的城市或地区里举行的事件活动（联欢节、运动比赛、博览会、等等）？如果您的答案为“是”，遗漏下一个问题。

a) 是

б) 否

5. 您为什么不参加事件活动？

_____?
_____?

6. 对您来说，俄罗斯对游客有没有吸引力？如果您的答案为“是”，遗漏下一个问题。

a) 是

б) 否

7.

俄罗斯对我没有吸引力，是因为。。。 _____

8.

您对哪些俄罗斯的事件、活动及节日有了解？ _____

_____?

9.

您参加过哪一些俄罗斯的事件活动？ _____

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

10.

您想参加哪些俄罗斯的事件、活动及节日？_____

_____?

11. 您对哪些活动最感兴趣？

a) 国家节日

б) 艺术节

в) 电影戏剧节

г) 音乐节

д) 美食节

e) 运动节

ж) 时装表演

з) 博览会和论坛

12. 您多长时间一次去旅游？

a) 一年一两次

б) 一年三五次

в) 一年五多次

г) 从未旅游

13. 您最喜欢去哪里休息？

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

a) 俄罗斯 (独联体)

б) 欧洲

в) 中国

г) 美洲

д) 非洲

e) 其他 : _____

14. 您怎么安排旅游？

a) 在旅行社帮助下安排

б) 自己安排

请您介绍一下自己：

15. 性别:

a) 女

б) 男

16. 年龄 _____

17. 身份

a) 中小學生

б) 大学生

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

в) 工人

г) 职员

д) 失业者

е) 退休者

ж) 其他

18. 婚姻状况

а) 已婚

в) 有对象

г) 未婚

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Схема туристического маршрута Суйфэньхэ – Владивосток – база отдыха «Бархатная» – Арт-парк «Штыковские пруды» – Владивосток – Суйфэньхэ

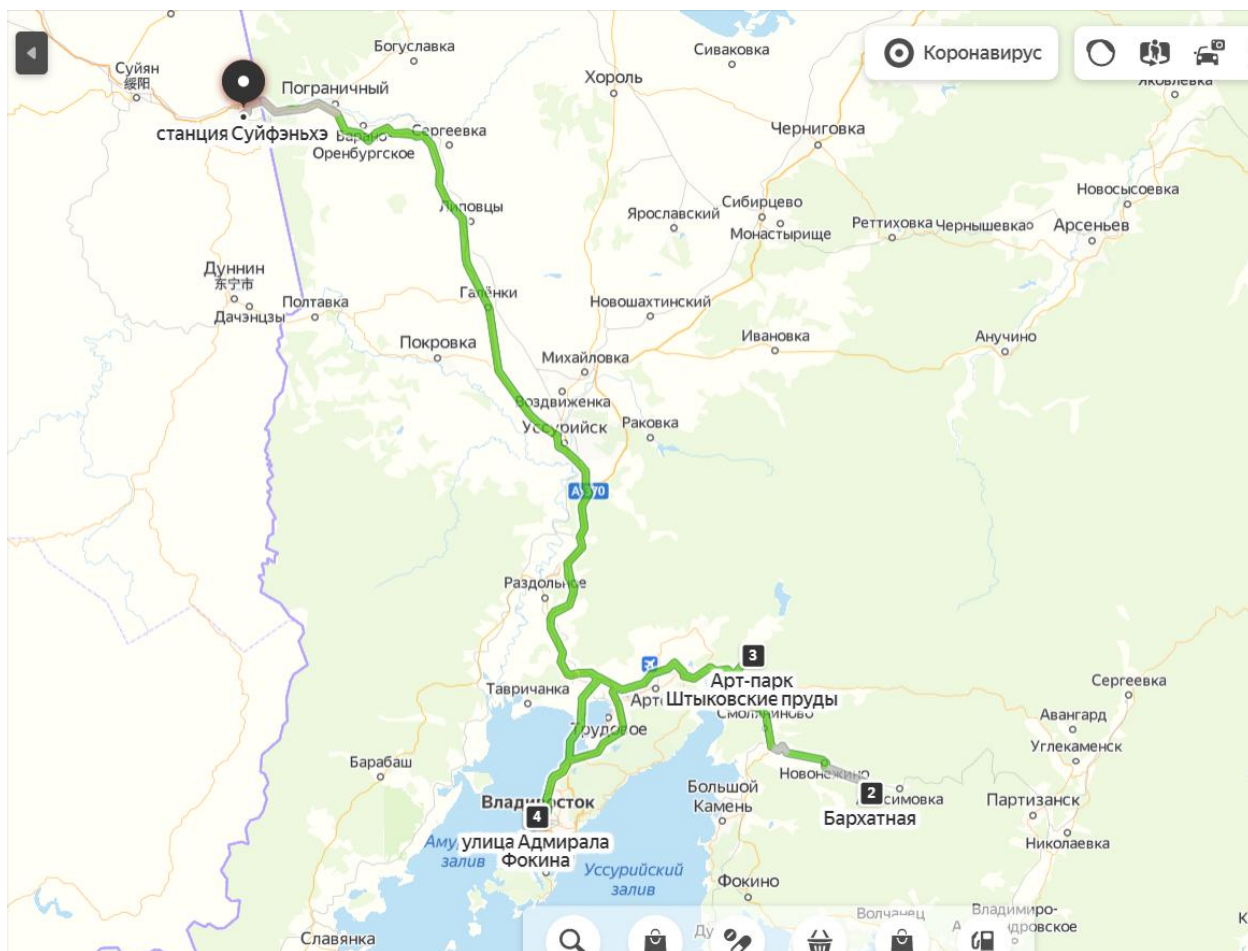


Рисунок Б.1 – Схема маршрута

Общая протяженность маршрута: 680 км.

Перечень географических точек следования транспорта по маршруту
(скорость движения – 90 км/ч).

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Информационный листок к путевке туристского путешествия по маршруту «Масленица по-русски»

Тип поездки: въездной тур.

Для участия в событийном туре «Масленица по-русски» не требуется специальной спортивной и туристской подготовки, а также использования специального снаряжения.

Рекомендуется взять с собой зимнюю одежду (куртку, свитер, спортивный костюм), рукавицы или перчатки, запасную пару обуви. Обязательно наличие теплого головного убора, набор личных предметов гигиены.

Общие ограничения. Лицам, нуждающимся в лечении и постоянном врачебном наблюдении, путешествовать по маршруту не рекомендуется. Если турист страдает каким-либо хроническим заболеванием, он обязан предупредить об этом менеджера отправляющей турфирмы и инструктора в первый день маршрута.

Места размещения:

– база отдыха «Бархатная», Россия, Приморский край, Шкотовский район, д. Лукьяновка, ул. Заречная, 12А

Размещение в 16-местном коттедже. В каждой комнате по 2 спальных места. Комнаты располагают всеми необходимыми удобствами.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Технологическая карта туристского путешествия

Туристический маршрут «Масленица по-русски»

Протяженность маршрута 680 км

Продолжительность путешествия 2 дня

Рекомендуемое число туристов в группе – 16 человек

Стоимость тура – 11983,4 рублей

Таблица Г.1 – Программа обслуживания туристов в путешествии г. Суйфеньхэ (КНР) – г. Владивосток (РФ) – г. Суйфеньхэ (КНР):

Населенные пункты, расстояния между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских походов и т.п.	Перевозка туристов	Другие услуги
<p>Суйфеньхэ - Владивосток -расстояние 210 км (в одну сторону); -способ передвижения: на автобусе, -время выезда из Суйфэньхэ 08:00, время прибытия во Владивосток 11:00; Владивосток – база отдыха «Бархатная» -расстояние 120 км (в одну сторону) -способ передвижения: на автобусе. Выезд из Владивостока в 11:30, прибытие на базу 13:30. База отдыха «Бархатная» - Арт-парк «Штыковские пруды» -</p>	<p>База отдыха «Бархатная; Арт-парк «Штыковские пруды»; Владивосток</p>	<p>Обзорная экскурсия по базе отдыха «Бархатная», знакомство с праздниками и культурой России; Обзорная экскурсия по территории парка «Штыковские пруды», участие в большой русской ярмарке, участие в фотозонах в русском стиле, в народных костюмах с самоварами);</p>	<p>Экскурсии и перевозка совершаются на арендованном автобусе</p>	<p>Дополнительно оплачивается страхование, участие в творческих мастерских, а также питание за исключением случаев, указанных в программе обслуживания</p>

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Продолжение таблицы Г.1

расстояние 56 км (в одну сторону); -способ передвижения: на автобусе -выезд в 10:00, прибытие в 11:00. Арт-парк «Штыковские пруды» - Владивосток - расстояние 75 км (в одну сторону); - способ передвижения: на автобусе; выезд в 17:30, прибытие в 19:00. Владивосток - Суйфэньхэ - расстояние 210 км (в одну сторону); - способ передвижения: на автобусе; выезд в 20:00, прибытие в 23:00				
--	--	--	--	--

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения (перечислить наименования, месторасположение, категорию средства размещения и номеров в соответствии и другие особенности на каждом этапе):

База отдыха «Бархатная», размещение в 16-ти местном коттедже, двухместные номера, завтрак.

Перевозки осуществляются предприятиями (перечислить наименования предприятий, месторасположение, вид перевозки на каждом этапе, класс обслуживания): Трансфер из Суйфэньхэ (КНР) во Владивосток (РФ) и из Владивостока в Суйфэньхэ осуществляется рейсовым автобусом, стоимость проезда на одного человека 2200 руб. в одну сторону. Все остальные перевозки

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

осуществляются на арендованном автобусе, аренда у компании «Перевозки 24», стоимость аренды-1200 рублей в час.

Питание туристов осуществляются предприятиями (перечислить наименования, типы предприятий питания, месторасположение, формы и методы обслуживания туристов):питание осуществляется в кафе на базе отдыха «Бархатная», а также, в кафе на территории парка «Штыковские пруды» по заранее заказанному меню.